

MEDIA MIX

RIVISTA DI GESTIONE
MEDICA

NUOVI CORSI DI MANAGEMENT:

*“La Gestione Manageriale dello Studio Odontoiatrico”
“20 + 2 nuove regole del Management”
“Corso di Segreteria”*



CORSI ACCREDITATI ECM

ADEM®

Academy for Developing evidence Management

**INFORMAZIONE, FORMAZIONE E CONSULENZA
PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE,
ECONOMICHE E DI MARKETING IN ODONTOIATRIA**

- **“LA CARTA DEI SERVIZI ADEM”**
- **“SAPER PRENDER LE GIUSTE DECISIONI NELLA GESTIONE DELLO STUDIO”**
- **“I 10 TEMI CALDI DI GESTIONE”**
- **“QUANDO SERVE PARLARE DI MANAGEMENT NELLO STUDIO?”**

€ 7,50



ADeM®

Academy for Developing evidence Management

ADeM svolge, sul territorio nazionale, numerose attività di informazione (sito Web www.adem.org) oltre alle serate ed ai corsi di una o più giornate di formazione, tutto accreditato ECM. Queste iniziative riguardano lo sviluppo gestionale e dell'area extraclinica (normative, Marketing, deontologia, ergonomia, fisco e tributi, architettura, informatica e digitale, ...)

Le consulenze avvengono attraverso i corsi, tenuti direttamente presso le sedi dei clienti o presso le nostre sedi; attraverso gli interventi diretti del nostro pool; attraverso l'Internet; attraverso la fornitura di soluzioni "chiavi in mano" per il miglioramento gestionale, commerciale e dell'immagine dello studio e del team.

Miglioriamo la Gestione economica,
la Qualità della Vita e le Attività produttive
dei Medici e del loro Team.

ADeM® SRL

Via Ludovico Settala, 61 - 20124 MILANO - Tel. 02 2046983 - Fax 02 29526207
E-mail info@adem.org Sito WEB www.adem.org

ADeM® SRL



CONTINUING
MANAGEMENT
EDUCATION

DOCENTI ADeM:

ARCHITETTURA

Francesco GUASTAMACCHIA

COMUNICAZIONE E IMMAGINE

Ina GUASTAMACCHIA
Antonio PELLICCIA

DIRITTO

Emilio BRUSCHI
Claudio PALERMA
Antonio PELLICCIA
Ruggero PARIS
Silvia STEFANELLI

EBM

Antonio CARRASSI
Roberto WEINSTEIN

ECONOMIA

Alberto FRAU
Carla FRIGIERI FRANZELLI

FINANZA

Emilio BRUSCHI
Alberto FRAU
Carla FRIGIERI FRANZELLI
Antonio PELLICCIA

FISCO

Emilio BRUSCHI
Carla FRIGIERI FRANZELLI

IGIENE & SICUREZZA

Antonio GRAZIOLI
Claudio PALERMA

MARKETING

Piercarlo MASOLINI
Antonio PELLICCIA

MEDICINA LEGALE

Paolo MONESTIROLI

MERCEOLOGIA (ERGONOMIA)

Giulio Cesare LEGHISSA

PSICOLOGIA

Antonello SCUDELLER

QUALITÀ

Giulio Cesare LEGHISSA
Carlo MARIN
Claudio PALERMA
Antonio PELLICCIA
Lia RIMONDINI

RISORSE UMANE

Loris LOMBRONI
Antonio PELLICCIA

TECNOLOGIA

Giorgio TRAVERSA

PERSONALE

Paolo CERIBELLI
Marco FARINA
Loris LOMBRONI
Antonio PELLICCIA

GIURISPRUDENZA

Ruggero PARIS

l'e



ditoriale

Perché questa copertina

di Antonio Pelliccia

Come avete notato già dalla copertina, in questo numero di MediaMix viene presentata quella che oggi è la più completa società di informazione, formazione e consulenza a disposizione della professione odontoiatrica: **ADeM srl**.

Ma cos'è e cosa rappresenta oggi ADeM? L'ho chiesto al suo Presidente, l'ing. Claudio Palermo.

L'attività informativa di ADeM è il frutto della sinergia di più esperti che dal 1996 ad oggi hanno effettuato, complessivamente, oltre 500 corsi sul Management dell'attività Odontoiatrica ed elargito, dall'Aprile 2002 oltre 100 crediti ECM.

Di ADeM si parla, quindi, già da qualche anno anche se solo pochi mesi fa è avvenuto il "compattamento" societario, preludio, per altro, ad un'offerta di servizi più ampia ed articolata.

Alla conclusione dell'ultimo corso ADeM, al quale hanno partecipato discenti venuti da molte parti di Italia, due sono state le domande ricorrenti che sono state rivolte agli organizzatori: "Quello che ho sentito interesse avrebbe a molti miei colleghi: non potete venire a ripetere questo corso anche dalle mie parti?" e "Bene, oggi ho imparato molte cose, ho capito su quali adempimenti non sono in regola ma adesso, io, a chi mi rivolgo per mettermi a posto?".

Ecco quindi come dai corsi di Management Odontoiatrico, condotti ad alto livello di approfondimento, siano scaturite due esigenze: replicare i corsi in sedi diverse e disporre sul territorio di strutture di consulenza, operanti in collegamento con ADeM, cui indirizzare i partecipanti per sostanziare operativamente gli interventi di adeguamento all'organizzazione del proprio studio.

Le proposte che ADeM ha programmato di offrire si rivolgeranno sia al

piccolo che al grande studio dentistico, molto attento alla formazione e riqualificazione dei propri collaboratori (Assistenti di Studio Odontoiatrico e Segretarie), che ha o che non vuole avere problematiche gestionali o manageriali, che, in altre parole, crede che la Qualità sia il punto di forza del futuro della professione odontoiatrica. La presenza di ADeM sul territorio, sia per gli aspetti informativi che per quelli legati alla consulenza, si consoliderà nei prossimi mesi.

Sono già state pianificate numerosi corsi e serate (vedi il calendario pubblicato a pagina 27) anche in collaborazione con alcune sedi territoriali del Cenacolo Odontostomatologico Italiano.

E poiché il sapere non è mai abbastanza, ADeM è aperta al proporsi di nuovi docenti e alla collaborazione con Istituti di Economia e di marketing, con la Federazione nazionale dell'Ordine dei Medici, con le associazioni di categoria e con le società scientifiche.

Ecco, questa è la mission di ADeM: essere, per quanto attiene il management, il punto di convergenza delle migliori capacità didattiche e di consulenza riunite in una sintesi di conoscenze e soluzioni operative nella materia manageriale odontoiatrica.

Non dimentichiamo che molti docenti ADeM compongono il comitato editoriale di **italian DENTAL Economist** - editore MASSON, l'unica rivista italiana che si occupa di tematiche extra-cliniche e che ha già superato, per l'autorevolezza dei suoi articoli e per la chiarezza espositiva dei suoi autori i 2.000 abbonati. La direzione nazionale di Milano è a disposizione di tutti per fornire indicazioni su date e progetti; attività e supporto; iniziative e collaborazioni per dare concrete indicazioni su come risolvere aspetti formativi, organizzativi, normativi, di marketing

e di comunicazione.

Pensiamo alla stesura della Carta dei servizi dello studio (obbligatoria per chi si accredita o si certifica) ma strategica anche per chi non è interessato a questi aspetti, stesura dicevamo concepita da ADeM secondo chiari principi di comunicazione ma anche secondo i rigorosi requisiti europei.

Pensiamo alle differenti attuazioni che ciascuna regione dà ai requisiti autorizzativi per aprire uno studio dentistico o a quelli accreditativi. ADeM ha sotto controllo tutti questi aspetti e differenze ed è in grado di aiutare chi vuole aprire uno studio o si vuole accreditare o, ancora, certificare.

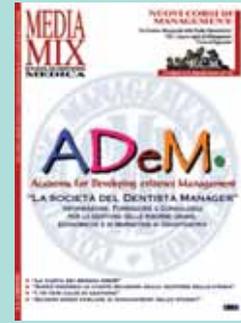
O, ancora, pensiamo all'importanza di attuare un controllo economico per realizzare una gestione più professionale e oculata, basata su una strategia di risparmio che produce investimenti, con un modello ADeM di analisi economica-finanziaria anche orientata alla gestione fiscale.

Per non parlare, infine, dell'importanza della qualità della formazione del personale: assistenti di studio odontoiatrico, segretarie, igieniste e collaboratori. Rendere omogeneo, efficiente ed efficace il Team è uno degli obiettivi primari di ADeM.

Ma ADeM non si occupa solo di "quello che è oggi". ADeM studia gli andamenti del mercato, analizza le offerte di nuovi prodotti (ad esempio il laser) e/o servizi (pensiamo alla cosmetologia odontoiatrica).

Insomma, faremo in modo che ADeM diventi sempre più il reale punto di riferimento costante della professione odontoiatrica, con umiltà, competenza, in modo pratico. Anche per questo invitiamo tutti coloro che desiderano organizzare sul territorio una collaborazione con "ADeM" a contattare la direzione nazionale per scoprire tutte le possibilità di collaborazione.

Mediamix



8

- 4 Quali sono gli scopi e gli strumenti del Management Odontoiatrico?
di Claudio Palermo e Paolo Monestiroli
- 5 Organizzazione = aumento dei pezzi?
di Giulio Cesare Leghissa
- 6 Migliorare la gestione dello Studio è senz'altro il miglior investimento per il futuro
di Antonio Carrassi
- 8 Dieci temi "caldi" per la gestione dello Studio
di Antonio Pelliccia
- 12 Corsi ECM di implantologia: la precisione e la sicurezza
di Luigi Zucca
- 15 Esempio di telefonata nell'ambito della gestione della "Qualità Percepita"
di Antonio Pelliccia
- 16 Il caso di gestione odontoiatrica di questo numero
di Antonio Pelliccia
- 18 Formazione: ADeM
Le 20 + 2 nuove regole del Management
di Claudio Palermo e Antonio Pelliccia
- 19 Formazione: ARIANTO
Lo studio odontoiatrico gestito managerialmente
di Antonio Pelliccia
- 20 E se il paziente, pur avendo compreso la terapia, non la può pagare?
di Valerio Curatolo
- 21 Il Management e la materia fiscale
di Carla Frigieri Franzelli
Formazione: ARIANTO
- 22 Corso di Segreteria
di Antonio Pelliccia
- 23 Weekend d'arte e bellezza a Ravenna
di Lia Pappagallo
- 24 L'attenzione al Cliente: organizzarsi per soddisfarlo
di Giangaleazzo Caccia
- 25 Il mancato pagamento della prestazione odontoiatrica da parte del paziente
di Ruggero Paris
- 26 La segretaria deve comunicare positività
di Loris Lombroni e Antonio Pelliccia
- 28 La Carta Soci ADeM ed i Servizi
di Maria Anna Mazzuca
- 30 Corso di Gestione Manageriale per la Professione Medica
Redazione di MEDIAMIX

MEDIAMIX Anno 3, Numero 8, Maggio 2003

MEDIAMIX è iscritta all'autorità Garante per le Comunicazioni e certifica ad ogni numero le copie spedite

Direttore Responsabile: Antonio Pelliccia
Direttore Amministrativo: Maria Anna Mazzuca

Hanno collaborato: G. Caccia, A. Carrassi, V. Curatolo, C. F. Franzelli, G. C. Leghissa, L. Lombroni, P. Monestiroli, C. Palermo, L. Pappagallo, R. Paris, Luigi Zucca

Impaginazione e Grafica: DamaCOM, Milano

Stampa: Grafiche Mazzucchelli Roto-Offset, Seriate (MI)

Ai sensi della Legge 675/96 sulla tutela dei dati personali, si informa che è nel diritto del ricevente richiedere la cessazione dell'invio e/o l'aggiornamento dei dati in nostro possesso.

Editore: ARIANTO S.r.l. - Corso Trieste 175 - 00198 ROMA

Redazione: Via G. Grizziotti 3 - 20145 MILANO - Tel. 02 48000053
Fax 02 95441174 / 02 700506796 - E-mail info@arianto.it

Registrato il 15/01/2001 con N. 12 presso il Tribunale di Milano
Periodico iscritto al Registro Nazionale della Stampa con N. 11186 ed al Registro Operatori di Comunicazione con N. 7057

Tutti gli articoli o redazionali pubblicati su Mediamix sono redatti sotto la responsabilità degli Autori. La proprietà letteraria spetta all'Editore; è vietata qualsiasi riproduzione, intera o parziale, in qualsiasi lingua, senza la previa autorizzazione scritta.

Rivolgiamo questa domanda a due grossi esperti.

Risponde Claudio Palermo

“Potrei dire che il Management Odontoiatrico serve, in estrema sintesi, a definire, controllare e validare la politica per

(ad esempio: esiste una rilevazione delle “cose che non funzionano”?; esiste un momento di incontro periodico in cui ciascuno, secondo il proprio livello di conoscenza e competenza, propone soluzioni e correttivi?)

- **promuovere il concetto di "SISTEMA Studio Dentistico" favorendo la col-**



Quali sono gli scopi e gli strumenti del Management Odontoiatrico ?

di **CLAUDIO PALERMA e PAOLO MONESTIROLI**
Docenti ADeM di Igiene & Sicurezza e Medicina Legale

la qualità volta alla soddisfazione del cittadino/paziente cui si rivolge, tenendo conto delle varie esigenze, e a fissare gli obiettivi di breve e medio termine che lo studio deve raggiungere.

A titolo di esempio potrei indicare i seguenti obiettivi:

- **garantire in ogni circostanza la validità e l'affidabilità delle prestazioni fornite**
(ad esempio: si rispettano i tempi previsti per i trattamenti?; viene compilata una scheda di anamnesi individuale?)
- **aumentare l'offerta delle prestazioni**
- **aumentare la tempestività delle prestazioni (accesso)**
- **migliorare il rapporto con gli utenti**
(ad esempio: il personale dello studio ha le competenze per rispondere ai pazienti?; esiste un protocollo per la gestione dell'ottenimento del consenso?; le situazioni di contenzioso sono ridotte al minimo e comunque sono sotto controllo?)
- **ottimizzare l'uso delle risorse umane, strumentali e finanziarie**
(ad esempio: i collaboratori sono stati formati all'uso corretto delle attrezzature che vengono impiegate nello studio?; esiste una gestione contabile strutturata con un piano dei conti?; c'è qualcuno in grado di “leggere” un bilancio?)
- **promuovere la formazione permanente di tutti gli operatori, sanitari e non, per migliorare continuamente il servizio**

laborazione tra gli operatori medici, personale ausiliario e fabbricanti/fornitori di dispositivi medici.

(ad esempio applicando i concetti di CWCQ di cui tanto ha parlato Giulio Leghissa)

Quali sono gli strumenti che il professionista ha a sua disposizione?

Risponde Paolo Monestiroli

Gli strumenti necessari al raggiungimento di questi obiettivi, che come avete visto sono pochi e precisi ma indispensabili per la corretta gestione di un'attività professionale che sempre più viene governata dalle stesse regole che si ritrovano nel mondo imprenditoriale / aziendale, sono quelli propri del Management:

- **individuare chi fa che cosa**
(costruire un organigramma in cui siano univocamente definite ben precise responsabilità e ruoli all'interno dello studio)
- **definire ed emettere le procedure fondamentali e protocolli operativi per la conduzione delle attività svolte**
(sviluppare le procedure operative; emettere gli ordini di servizio ecc...)
- **individuare gli opportuni Indicatori di Qualità con cui valutare e correggere le procedure operative di cura**
(applicazione di alcuni, elementari, principi di EBD)
- **introdurre indicatori per valutare il rapporto con i pazienti-utenti**
(introdurre, distribuire e raccogliere i

questionari sulla soddisfazione del cliente e, naturalmente, agire di conseguenza)

- **raccogliere ed analizzare le statistiche sui risultati ottenuti.**
- Come avete visto in questo semplice schema sono riassunti sia gli obiettivi da raggiungere che gli strumenti da applicare. Fare tutto ciò significa applicare concetti di Management Odontoiatrico. E poiché questo cambiamento nella gestione della professione va governato, occorre essere consapevoli che la nuova professionalità odontoiatrica deve prevedere che la parte clinica dell'attività sia integrata con quella gestionale e organizzativa. Per concludere ricordo il significato canonico di management: pianificare e organizzare nel tempo le diverse attività dello studio e poi, gestendo correttamente i collaboratori e il personale, perseguire il successo dello studio attraverso la conduzione del lavoro degli altri.

Organizzazione = aumento dei prezzi?

di **GIULIO CESARE LEGHISSA**
Odontoiatra, docente ADeM di Ergonomia e Qualità

Ritenendo che questo bellissimo editoriale, comparso sul numero 1/2003 della rivista *italian DENTAL Economist* e firmato dal Direttore Scientifico dottor Giulio Cesare Leghissa, rappresenti una concreta e corretta valutazione del problema e sia un condivisibile punto di vista, abbiamo deciso di riproporlo integralmente ai nostri lettori.

In risposta all'articolo comparso sul n. 4 di *Italian Dental Economist* dal titolo "Il bilancio di uno studio dentistico" mi è giunta la lettera di un commercialista che, seguendo per sua attività professionale molti studi dentistici, si è sentito (e lo ringrazio) di esprimermi le sue opinioni e le sue critiche.

La frase che più mi ha colpito è questa: "Avete tagliato fuori almeno il 90% degli studi odontoiatrici... a meno che non apportino sostanziali aumenti ai listini, facendo così un'operazione al rialzo che poi non potrebbero giustificare in alcun modo, visto la loro scarsa organizzazione."

In questa frase sono contenuti 3 concetti fondamentali:

1. uno studio se è grande è organizzato se è piccolo no
2. uno studio piccolo ha prezzi più bassi di uno studio grande
3. per organizzarsi bisogna aumentare i prezzi.

Sono tutti e tre concetti errati.

1. Ci sono studi grandi (così come ci sono ospedali grandi, aziende grandi) che fanno pietà e ci sono aziende piccole (studi piccoli, ospedali piccoli) che sono dei gioielli.
2. Il listino di molti colleghi che operano a Milano e dintorni (generalmente studi monoprofessionali) sono, senza possibilità di smentita, sovrapponibili (o più alti) di quelli dello studio associato analizzato nell'articolo.
3. L'organizzazione (leggi "qualità") non è un costo: è un investimento.

Certo che sul breve periodo l'organizzazione si traduce in costi e dunque in sacrifici, ma sul lungo periodo si traduce in:

- aumento della produzione
- riduzione del numero di "pezzi" difettosi
- aumentata soddisfazione del cliente
- aumento di profitto

Per organizzarsi è necessario delegare. Per delegare è necessario:

- avere qualcuno a cui delegare
- trasmettere a questo qualcuno le competenze necessarie per assolvere ai compiti
- supportare questo qualcuno durante il lavoro e trasmettergli entusiasmo

Ciò significa dedicare tempo e... denaro.

Ma il recupero del denaro impegnato non avviene con l'aumento dei prezzi, ma con il fatto che delegando ci si libera da gesti e impegni che assorbono tempo. C'è dunque più tempo per fare cose che, grazie all'organizzazione, vengono fatte in metà tempo. Dunque si produce di più spendendo di meno. Ecco il trucco.

Niente bacchetta magica.

Solo lavoro, impegno, studio e analisi dei problemi, coraggio imprenditoriale e... tanto, tanto entusiasmo.



Se prendiamo in considerazione la parola "investimento" nel suo più ampio significato, dobbiamo sicuramente affermare che la differenza tra questa ed termine "costo", è che la prima deve produrre reddito, mentre la seconda è solo una spesa. Perché l'investimento possa produrre reddito occorre che sia finalizzato ad un

Quindi anche un bambino, apparentemente inconsapevole, è un leader verso la madre! Leadership, Teamship e Partnership, sono concetti non contrapponibili, né confrontabili. La Leadership è sempre di un singolo, mentre per realizzare le altre due figure dialettiche, occorre un'altra entità, un'altra

cepire passione per il lavoro da svolgere e svolto, sorridendo, risolvendo problemi, ...); comunicazione sensoriale (odori, profumi, architettura, tono della voce, postura, colori, ...); comunicazione clinica (documentazione esplicitiva, gestione delle immagini, ...). Questi sono solo alcuni degli aspetti strategici che permettono di migliorare la Qualità percepita. Molto importante è dare risalto al "post" terapia, alla prevenzione ed alle strategie di mantenimento.

Migliorare la gestione dello Studio è senz'altro il miglior investimento per il futuro

di **ANTONIO CARRASSI**

Odontoiatra, docente ADeM di EBM e Qualità

obiettivo preciso. L'investimento non deve essere aleatorio e devono essere minimi i rischi, comunque sempre quantificabili.

Il miglior investimento per uno studio dentistico è quindi sicuramente rappresentato dal sistema di organizzazione che produce le attività che al suo interno vengono generate.

Le prestazioni mediche, realizzate in modo tradizionale o con le più moderne attrezzature, non producono reddito e non riducono i rischi se alla base le risorse umane, che le generano e le sviluppano, non si sono date una metodologia efficace ed efficiente di organizzazione. Sia che stiamo parlando di un piccolo studio, sia che ci riferiamo ad una struttura complessa, il prodotto-servizio che viene erogato deve tener conto principalmente dei fattori che sotto riportiamo:

1. Migliorare l'armonia interna.

Si fa un gran parlare, spesso in modo poco professionale e semplicistico, di "leadership", di "teamship" o addirittura di "partnership", come se questi termini fossero la panacea dell'organizzazione dei rapporti umani nello studio. Chi è un leader? Non chi crede di avere a torto o a ragione in mano l'ultima parola, ma chi riesce ad "orientare il comportamento altrui".

personalità o più di una. Nessuna di queste parole realizza l'armonia interna ad uno studio e chi abusa sui termini, non identifica alcuna possibile soluzione ma teorizza sui termini. Per interagire in modo armonico all'interno di un gruppo di persone occorre solo la "fiducia" e la "motivazione". Due concetti fondamentali nell'ambito medico, sia dal punto di vista etico, che didattico. Solo con questi due vettori dell'armonia si può pensare di lavorare in massima sicurezza, protetti l'uno dall'altro e in collaborazione continua.

2. Migliorare la qualità percepita dai pazienti

In questo ambito l'investimento da fare deve essere mirato allo sviluppo di un sistema che prevenga i dubbi e le incertezze del paziente, che permetta quindi allo stesso di conoscere ed essere informato, che ne stimoli l'interesse e la partecipazione. Lo studio dentistico deve poter comunicare con i suoi pazienti, ed attraverso questo ai futuri potenziali pazienti, con molteplici strumenti: comunicazione verbale (dialogica) corretta; comunicazione scritta (preventivo, piano terapeutico, book di presentazione dello studio, libretto di mantenimento della terapia, ...); comunicazione indiretta (facendo per-



3. Migliorare la propria immagine

A volte si sottovaluta la presentazione di se stessi. Ci abituiamo a recarci nel nostro studio dove da anni svolgiamo sempre la stessa routine. Crediamo che una divisa possa essere sufficiente a "coprire" il fatto che non riteniamo necessario concentrarci sulla nostra immagine. Male.

Il paziente nota perfino se avete le scarpe sporche! Osserva la camicia che sta sotto il camice. Vi vede il colorito ed il taglio dei capelli. Non c'è nulla di peggio di un medico trascurato che appare... "malato".

4. Migliorare la gestione economica

Riteniamo che senza una conoscenza realistica e professionale dei costi dello Studio, dei costi delle prestazioni svolte, e senza una programmazione degli investimenti, senza una pianificazione fiscale, senza la conoscenza del proprio margine di profitto e del rischio di impresa, senza un controllo della gestione degli incassi, nulla sia più possibile!

Navigare a vista non è consigliabile in un momento storico dove la professione odontoiatrica sta virando verso un sistema di sanità totalmente diverso e dove le esigenze ed i bisogni dei pazienti sono radicalmente cambiati, dove la cultura dei mass media e dell'Internet sta manipolando l'informazione e dove la redditività è molto diversa da quanto il settore produceva solo dieci anni fa. Il vantaggio competitivo sta nella Qualità clinica e nel controllo gestionale.

5. Migliorare le certezze giuridiche e del diritto

Le norme che sono state emanate in questi ultimi dieci anni sono talmente tante che potremmo redigere un Codice del Diritto in Odontoiatria.

Sentenze, contenziosi, diritto delle assicurazioni, penale, diritto del lavoro, tutela della privacy, norme sulla sicurezza, sono solo alcuni dei temi caldi.

Possiamo aggiungere anche che si stanno affacciando all'orizzonte le norme sugli accreditamenti, i convenzionamenti, i fondi integrativi e



le certificazioni ISO e Vision, per concludere un quadro pieno di sigle che spesso sono incomprensibili.

6. Migliorare il Marketing

Adesso parliamo di strategie di sviluppo. Di implementazione dei pazienti, delle azioni da svolgere come "post terapia", dell'Internet, della comunicazione interna ed esterna, della metodologia per "farsi preferire" ed essere competitivi realmente in un panorama sempre più congestionato.

In questo ambito possono oggi essere svolti i più entusiasmanti investimenti che generano immediatamente Qualità Percepita.

7. Migliorare la formazione dei collaboratori

Stiamo passando da una professio-

ne basata sull'attività di un singolo, alla gestione di una vera e propria Equipe.

È impensabile lavorare da soli e da ciò derivano tante soddisfazioni e anche tante amarezze.

La formazione del personale è un investimento non trascurabile ma da qui parte e arriva tutto il successo dello studio!

La segretaria è una coordinatrice delle pulsazioni vitali dell'attività gestionale.

Da lei dipende oggi la migliore organizzazione.

L'assistente è una figura centrale per la qualità operativa e un ausilio indispensabile per la qualità clinica.

I tecnici, i fornitori, i collaboratori, sono ormai risorse presenti nella maggioranza degli studi e vanno coordinate per raggiungere obiettivi comuni e soddisfazioni reciproche.

Nell'ambito delle numerosissime tematiche, concernenti la gestione dello Studio odontoiatrico, ho evidenziato in questo articolo le domande alle quali è sicuramente prioritario dare risposta e che concorrono al miglioramento della qualità clinica ed economica, con ampio soddisfacimento da parte sia

Dieci temi “caldi” per la gestione dello Studio

di **ANTONIO PELLICCIA**
Economista, docente ADeM di Management Sanitario

dei pazienti che degli esercenti la professione odontoiatrica.

Questi temi che ho riportato sono stati selezionati tra i tanti che, in base alle numerose richieste di consulenza e le opportunità che si presentano all'odontoiatra nel corso della propria attività, fanno parte del progetto di formazione e consulenza ADeM, al quale tutti gli odontoiatri possono rivolgersi.

I dieci temi seguenti rappresentano una breve panoramica degli obiettivi che uno Studio proteso al successo futuro deve valutare per raggiungere tale obiettivo e mantenere la soddisfazione dei propri pazienti, investendo nella gestione, nella formazione di se stessi e del proprio Team, nella qualità e nel rapporto dialogico con i propri pazienti.

1. Formare personale competente

La gestione del Team è sicuramente uno dei temi principali del successo dello Studio odontoiatrico. La formazione delle persone che rappresentano il maggiore investimento per il professionista deve essere affidata ad un percorso che costruisca valori tali da permettere una perfetta sinergia tra tutte le risorse umane verso l'obiettivo unico dell'ottimizzazione dei tempi, della riduzione dei rischi, della collaborazione attiva, del miglioramento della qualità clinica e del miglior servizio. Il personale è fondamentale e la sua preparazione genera sicurezza per gli operatori medici ma anche per i pazienti e per il corretto funzionamento di tutta la struttura. Le conoscenze che queste preziose risorse devono acquisire spaziano dalla capacità di comunicare, a quella di risolvere i problemi, dalla gestione extraclinica a quella meramente operativa al riunito. I ruoli sono differenziabili in “front office” e “back office” e oggi tale formazione può essere affidata a corsi che producano un know how specifico. Per il personale di segreteria poi il discorso è

ancora più tecnico, essendo necessario che questi acquisisca anche conoscenze amministrative, contabili e soprattutto di “relazione” con i pazienti per la discussione del preventivo, ma anche per la gestione dei richiami o di

tutta la parte contrattualistica e giuridica in un particolare momento dove gli adempimenti per lo studio sono sempre più numerosi. Privacy, sicurezza, consenso informato, sono solo alcuni dei concetti che in segreteria devono essere quotidianamente affrontati, ma a questi va aggiunto il ruolo fondamentale della segreteria come collettore tra gli operatori ed i pazienti. Ruolo che deve essere gestito con alta motivazione competenza, non basta pertanto solo eseguire compiti, la differenza è abissale, occorrono conoscenze e abilità che possono essere sviluppate.

2. Imparare la gestione dei costi

Questo capitolo è spesso sottovalutato, fino a quando non vi si imbatte, a volte per caso, a volte perché si è costretti. Il vantaggio nel conoscere i propri costi gestionali e nel gestirli è deduttivo. Conoscendo i costi della propria attività si può scegliere il prezzo di “vendita” dei servizi e delle prestazioni offerte, si può conoscere il proprio “rischio di impresa”, si può limitare il contenzioso, si riesce a produrre un maggiore “margine di profitto”, si possono migliorare la qualità e la quantità di investimenti, si può offrire una migliore e maggiormente differenziata prestazione ai pazienti, si può bilanciare la gestione fiscale programmandola, si possono risolvere le problematiche relative agli studi di settore, si può sviluppare una migliore collaborazione con i professionisti consulenti, ... È certo che senza conoscere i propri costi sarà difficile poter possedere una reale qualità organizzativa ed economica e perfino la gestione degli incassi ne subirà un danno gestionale che si riverserà sia sul professionista che sui pazienti nelle modalità di pagamento e nella gestione dei tempi di cura previsti dai preventivi. La gestione dei costi è fondamentale ed è una delle prime materie che si insegnano nel Management Odontoiatrico.

3. Accredimento e Vision 2000

Queste due parole sono spesso fraintese, viste in modo troppo vicino a volte e troppo lontane altre. L'accredimento è uno “status” che permette a chi lo possiede di contrarre liberamente convenzioni con privati (ed in qualche caso con enti pubblici) per contrattare l'offerta del proprio servizio in forma appunto “convenzionata”. Senza essere accreditati è come guidare un'automobile senza patente.



Certo che il professionista che non ha interesse di perseguire un marketing di sviluppo attraverso alcuni "vettori" che, convenzionandosi, portano pazienti a prezzi precedentemente concordati, non ha necessità di accreditarsi. La tendenza da parte di molti studiosi del mercato è però quella di prevedere che si accrediteranno il maggior numero di dentisti possibile, in quanto appunto per tutti l'accreditamento rappresenta un "titolo" che dà diritto alla stipula eventuale di convenzioni. Non è detto pertanto che le convenzioni debbano essere poi fatte ma... e meglio averne la possibilità e scegliere di aspettare, piuttosto che non poterle stipulare perché non si possiede la "patente". Le procedure di accreditamento sono oggi una delle domande che più di frequente mi vengono richieste in moltissime Regioni italiane. Diverso è parlare di Vision. La Vision è una certificazione di qualità assolutamente volontaria, che produce un miglioramento gestionale indubbio nelle strutture che hanno una certa consistenza (metri quadri, fatturato, numero di persone addette, quantità di tecnologia utilizzata, costi ed investimenti elevati, ...), mentre rappresenta solo un "fiore all'occhiello", sebbene non produca danni nei piccoli studi che possono invece "navigare a vista" senza particolari strumenti gestionali come una Vision 2000. E' però vero che in molte regioni (Lombardia in testa) chi possiede una certificazione Vision può di fatto essere accreditato quasi di diritto, quindi con una consequenzialità che lascia intendere che la Vision sia una garanzia di miglior efficacia ed efficienza gestionale, tale da garantire alla Pubblica Amministrazione di accreditare tali strutture con estrema facilità perché garantiranno la qualità del servizio maggiormente di altre che non possiedono tale requisito.



aumentare la domanda di cura in modo proporzionale alla crescita degli esercenti la professione odontoiatrica. Ecco che allora per ridurre il rischio di impresa e per creare delle sagge e deontologiche barriere occorre perseguire il valore della Qualità. La qualità clinica ma anche il "Valore Aggiunto", cioè quella Qualità Percepita che permette al professionista di avere pazienti collaborativi e soddisfatti. Tutto ciò è raggiungibile grazie al Marketing Interno alla struttura e concorrono al raggiungimento di questo risultato strategico sia il Team che gli stessi pazienti, fortificando e sedimentando il cosiddetto "avviamento" dello studio negli anni. In questo ambito si stanno dirigendo tutti i professionisti che hanno compreso che mantenere il proprio mercato è più importante che ricercarne di nuovo e che per "crescere" è determinante non perdere pazienti ma perseguire la Qualità Percepita.

peutico deve però essere anche coerente con gli aspetti contabili, prevedendo corrette modalità di pagamento ed una contrattualistica che permetta al paziente di sentirsi agevolato ma che poi questi rispetti come un reale impegno. Ecco allora che il piano terapeutico diventa anche "contabile". Molti studi hanno letteralmente modificato la gestione con benefici per l'organizzazione clinica ed economica, ma anche per i pazienti stessi, adottando il "Piano Terapeutico Contabile". Attraverso questo protocollo sarà possibile conoscere gli incassi previsti, l'acconto minimo da chiedere, mettere in paziente in condizione di pagare in base alle proprie esigenze, pianificare la gestione del reddito, ...

In molte consulenze che ho svolto questa soluzione ha rappresentato un cambiamento epocale per la gestione dello Studio.

4. Concorrenza e Valore Aggiunto

Aver speso, o dover spendere, molto per acquisire clientela e poi vedere che il mondo dell'odontoiatria è saturo di studi medici che sono sempre più agguerriti, dove spesso la deontologia professionale si sostituisce ai livelli più bassi della mercificazione e del prezzo, dove il collega smette di esserlo per diventare "concorrente" se non addirittura "nemico" è purtroppo il frutto di una continua crescita di studi medici che segmentano il mercato. Questo mercato che negli ultimi anni non ha visto invece

5. Programmazione economica del lavoro

La corretta gestione dello studio parte dalla corretta gestione del paziente attraverso un piano terapeutico ben strutturato e plausibile di modifiche che però può e deve essere comunicato subito alla segretaria. Sarà infatti in base alla programmazione del lavoro che quest'ultima potrà fissare correttamente gli appuntamenti, gestire l'agenda, i fornitori, l'odontotecnico, i pagamenti, gli incassi, gli ordini, i richiami, ... Tale programmazione del piano tera-

6. Analisi fiscale e programmazione

Come gestire una struttura medica, per piccola che sia senza una adeguata pianificazione fiscale? Eppure la maggior parte degli studi odontoiatrici non conosce cosa significhi pianificare e programmare le imposte. Il delta determinato dalle entrate, dal margine di profitto che segue alla detrazione dei costi e quindi al valore che è rappresentato dalle imposte, può essere meglio gestito con una adeguata programmazione, creando una linea guida gestionale che eviti di dover incorrere in scelte azzardate o



in quegli "alti e bassi" che sono spesso l'effetto della mancata programmazione. Anche questo tema deve oggi rappresentare un obiettivo per lo studio medico di qualità che vuole ridurre i rischi a fronte di una migliore prestazione offerta e di una maggiore soddisfazione professionale per il medico. Devo anche ricordare che tale tema concorre al miglioramento della compilazione dei modelli SK2 I U meglio conosciuti come Studi di Settore.

7. Sicurezza, Privacy, Adempimenti

Ecco tre parole che letteralmente sono all'ordine del giorno nelle consulenze di gestione degli studi odontoiatrici. Basti pensare che una corretta gestione della 626 permette di accreditare lo studio medico (punto 3) con maggiore facilità, anzi direi che in alcune regioni il segreto sia tutto lì...!

Ma al di là della sicurezza il dentista ed il proprio Team oggi devono essere sempre maggiormente informati su una miriade di leggi e di norme che difficilmente sono comprensibili e che richiederebbero un ingente quantità di tempo per essere lette, ma già per essere conosciute (perché di molte non se ne fa neanche una adeguata pubblicità). Non è raro che alcuni medici mi chiamino per chiedermi informazioni e che poi dicano "non lo sapevo". Oggi non è più ammissibile non conoscere gli adempimenti che sono alla base dell'esercizio della professione. Pensate a quante conoscenze occorrono per trasformare uno Studio Monoprofession-

nale in uno Studio Associato o se sia poi possibile, ed in quale capacità d'azione, una Società di Capitali (Srl)?

8. Marketing, comunicazione e pubblicità

L'argomento richiede un'attenzione particolare per la sua delicatezza. L'Art. 9 e l'Art. 10 della nuova Carta dei Diritti e dei Doveri dell'Odontoiatra (Codice Deontologico), che ho redatto in qualità di consulente della FNOMCeO, contemplano benissimo la differenza tra "pubblicità sanitaria, comunicazione ed informazione".

In ogni caso il tema della multimedialità, dei siti Internet, delle azioni concesse alla classe medica per promuovere l'attività è sempre più che mai vivo ed attuale, soprattutto in un'epoca dove la comunicazione dei mass media è maggiormente invadente e spesso destabilizzante.

9. Soluzioni gestionali quotidiane

Questa domanda mi viene presentata giornalmente, sia dagli studi attualmente in consulenza, sia da quelli che chiedono informazioni prima di iniziare questo percorso formativo e di miglioramento. I temi sono vari e distribuiti in base alle varie esigenze individuali. Le richieste spaziano dalla comunicazione con le immagini digitali, alla scelta del software gestionale più adatto alle proprie esigenze, dalla valutazione dello studio del collega da acquistare, alla ricerca del personale ed alla sua formazione, dalla redazione della Carta dei Servizi alla contrattualistica da sottoporre a consulenti ed ai collaboratori esterni,...

10. Soluzioni gestionali strategiche

Quest'ultimo gruppo di argomenti è frutto di una continua modifica nella mentalità di molti odontoiatri già più protesi alla gestione manageriale.

Parlo di coloro i quali si rivolgono alla consulenza gestionale per realizzare progetti più innovativi, quali la "Cosmetologia Odontoiatrica", la costituzione di network di Studi medici per ottimizzare le prestazioni, i costi ed i servizi, la realizzazione di strutture complesse dove più discipline operano in comune (dermatologia, chirurgia plastica, fisioterapia, medicina dello sport, ...) per offrire una gamma di prestazioni che si integrano in un servizio completo verso il paziente. Anche questo tema fa parte della cultura manageriale.

La "Cultura Manageriale" non va confusa quindi con l'idea che un manager debba essere un professionista che pensa solo ed esclusivamente al profitto, mercificando la professione, bensì come ad una guida, un "coach", che metta a disposizione le proprie conoscenze, frutto di discipline diverse da quelle mediche e rivolte al miglioramento della Qualità reale, di quella Percepita e di quella economica, che produrrà indubbi vantaggi verso chi gestisce ed opera all'interno della struttura medica (medici e Team) e dei pazienti stessi. Il Management oggi in odontoiatria è rappresentato da un pool di professionisti, unitisi in un unico grande gruppo: ADeM.

All'interno del pool sono presenti professionalità che possono dare un contributo sostanziale ed immediato verso la soluzione dei dieci temi trattati in questo articolo e non solo. Molti altri ancora sono gli argomenti che possono essere presentati ad ADeM per essere discussi e affrontati in modo che le soluzioni diano sempre risposte utili e realizzabili.



Le foto di pagina 9 e 10 sono state realizzate presso gli Studi Molinari e De Angelis, Felicioni, Giangrossi.

CEREC 3D – la nuova dimensione dei restauri.



CEREC 3D – il sistema CAD/CAM perfetto per il Suo studio.

- Progettazione facile grazie alla rappresentazione 3D di immediata comprensione
- Precisione convincente grazie all'elaborazione immagini ottimizzata e al rilevamento automatico del margine della preparazione



- Contatti approssimali precisi grazie al rilevamento automatico dei contatti e alla regolazione precisa dello spessore dei punti di contatto
- Configurazione anatomica della superficie di masticazione grazie all'inclusione degli antagonisti
- Risanamenti di quadranti con risparmio di tempo grazie alle riprese multiple e all'inserimento virtuale della costruzione



S.T.D. Sistemi e Tecnologie Dentali S.p.A.

CEREC Team sede Milano:
Milanofiori Str. 1 Pal. F11 - 20090 Assago MI
Tel. 02.57514969 · Fax 02.57791238
gennaro.rocco@iol.it

sede Verona:
Via Fermi, 22 - 37136 Verona
Tel. 045.8281811 · Fax 045.8281830
info@stdspa.com

www.cerrec3.de · www.stdspa.com
www.cerrec-club.com

I corsi ECM di Implantologia di ARSLINE che sono in corso di svolgimento in varie regioni d'Italia, stanno ottenendo una accoglienza estremamente favorevole da parte degli odontoiatri.

Gli argomenti trattati, legati all'uso degli innovatori strumenti implantologici bre-

sto brevetto mondiale. E' altresì opinione comune che le frese DSS rendano la posa di un impianto molto più semplice e che siano come "l'uovo di Colombo", un'efficace ed apprezzata idea talmente semplice che non si capisce come può essere che nessuno non ci abbia mai pensato prima, un modus operandi che sicur-

quei comuni rischi che possono essere debellati da una parte, dalla loro perfetta conoscenza e soprattutto, dall'uso incondizionato di questo sistema di sicurezza, temi quindi essenzialmente pratici che sono stati molto apprezzati dall'auditorio.

Relatori di Corsi sono stati :

- Professor **Gian Antonio Favero**,



il quale non ha bisogno di presentazioni essendo uno degli implantologi più famosi in Italia.

Ha cominciato ad occuparsi di implantologia con il Professor Branemark già dal 1984 facendo parte del Gruppo Internazionale di Studio sull' Osteointegrazione.

Membro attivo della European Association of Osseointegration è stato l'organizzatore ed il promotore di tre Congressi Internazionali di Implantologia tenutisi in Italia negli ultimi anni, nonché autore di numerosissime pubblicazioni su riviste nazionali ed estere in tema di implantologia. Il tema del Corso è stato: **"Implantologia e nervo alveolare inferiore: prevenzione e trattamento delle complicanze"** e si è tenuto sia a Mestre che a Padova.

La diffusione capillare che la metodica implantologica ha avuto nella moderna odontoiatria, infatti, ha determinato una notevole diminuzione nella selezione anatomica del paziente. Per tale motivo è sempre più frequente la necessità, nella realtà ambulatoriale, di dover trattare pazienti con gravi atrofie mandibolari dei settori posteriori. Ciò obbliga il chirurgo ad operare in situazioni anatomiche limite nelle quali possono facilmente determinarsi danni iatrogeni da invasioni del canale del nervo alveolare inferiore.

La finalità del corso è proprio quella di dare a ciascun professionista una rigorosa preparazione scientifica e tecnica al fine di permettergli di gestire tali casi senza incorrere nel rischio della lesione anatomica del nervo alveolare.

Il corso si propone di considerare i diversi argomenti inerenti la chirurgia implantologica mandibolare nei casi limite. Una prima parte della relazione è riservata

Corsi ECM di implantologia: la precisione e la sicurezza

di **LUIGI ZUCCA**
Manager Area Farmaceutica

vettati dall'Azienda elvetica, stanno aprendo un nuovo orizzonte all'Implantologia, la quale, grazie ad essi, immediatamente e finalmente diviene più universalmente praticabile e maggiormente sfruttabile anche nelle frequenti difficili circostanze anatomiche che tendenzialmente, sino ad oggi, l'odontoiatra, sia preferiva risolvere escludendo l'uso dell'Implantologia, sia intraprendeva ma con l'obbligatorio ausilio di complicate tecniche di ricostruzione ossea.

La versatilità, semplicità e immediatezza d'uso del Drilling Security System sembra essere oramai divenuta opinione unanime di tutti coloro che hanno provato ad utilizzare le originali campane a regolazione micrometrica che, accoppiate alle frese universali DSS sono l'essenza di que-

mente, prima o poi, tutti utilizzeranno.

Sta di fatto che numerose autorità in materia, affascinate dalla brillante idea, hanno aderito al programma scientifico divulgativo del Sistema.

I corsi, ricchi di un'ampia casistica che tratta di vari aspetti pratici dell'Implantologia moderna e delle più aggiornate tecniche ausiliarie ad essa, sono rivolti a tutti gli odontoiatri, sperimentati e non. Quale importante supporto formativo e di aggiornamento professionale alla nuova metodica operatoria presentata ai corsi, gli Oratori hanno sviluppato i vari temi che motivano scientificamente la ragionevolezza e l'importanza di avvalersene nella comune pratica quotidiana e hanno provveduto ad esporre in dettaglio ogni aspetto dell'anatomia umana che genera



Alcune immagini tratte dalla vasta iconografia presentata durante il Corso

all'anatomia ed alla morfologia del nervo alveolare inferiore. Successivamente la trattazione si occupò dell'implantologia osseointegrata e delle metodiche chirurgiche di trattamento dei settori mandibolari posteriori, sottolineando particolarmente i rapporti con il nervo alveolare inferiore. Ampio spazio viene quindi dedicato all'esposizione della tecnica chirurgica e delle metodiche di prevenzione dell'invasione del canale del nervo alveolare inferiore mediante l'utilizzo del Drilling Security System: una metodica di precisione che comporta l'uso di frese di sicurezza per il controllo della profondità di foratura dell'osso.

Il trattamento delle complicanze da lesione del nervo alveolare è oggetto della trattazione conclusiva.

• Dott. **Giulio Cesare Leghissa**,



pioniere dell'Implantologia osseointegrata, molto conosciuto per la sua vasta esperienza nel settore dell'implantologia, noto per il gran numero di pubblicazioni sia in Italia che all'Estero e per aver pubblicato 6 libri di chirurgia, igiene, ergonomia e management, il quale ha parlato di



“Metodi e strumenti per la ‘tranquillità chirurgica’ in implantologia” sia a Milano che a Como.

La relazione del Dott. Giulio Cesare Leghissa prende le mosse da una domanda che è stata oggetto di una recente ricerca: “come mai molti odontoiatri non si dedicano all'implantologia, pur sapendo che i risultati raggiungibili sono validi e predittibili?”. È dimostrato che la maggioranza dei pazienti che sono stati trattati con impianti non si sono visti proporre questa soluzione dal loro odontoiatra. Probabilmente le remore sono numerose ma una, se non la principale, risiede nella preoccupazione di “non essere sicuri” di poter compiere atti che si riveleranno sbagliati a causa di problemi.

Proprio per questo il Dott. Giulio Cesare Leghissa ha impostato il suo Corso cercando di rispondere al quesito: “come raggiungere la sicurezza nell'atto chirurgico implantare?”.

Le sue risposte sono state:

- a. addestrando un Team competente ed affiatato in grado di preparare ed eseguire l'intervento con assoluta naturalezza. Ci vuole tempo e passione per trasformare dei collaboratori in una Squadra che si muova sincrona e consapevole
- b. perfezionando le proprie conoscenze di anatomia e verificando con attenzione la documentazione radiografica in modo da prevedere le mosse chirurgiche e la profondità di penetrazione evitando le aree a rischio
- c. conoscendo gli step chirurgici in modo tale da raggiungere la massima performance in ogni intervento. Non è impossibile raggiungere l'eccellenza una volta, è difficile raggiungere e mantenere sempre standard di qualità elevata
- d. utilizzare gli strumenti adatti, partendo dal concetto che non c'è niente di più difficile che fare le cose facili con gli strumenti sbagliati.

A tale proposito il Dottor Leghissa ha presentato le frese con campana DSS, prodotte da Arslin S.A. che si sono dimostrate di grande aiuto per il chirurgo, escludendo il pericolo di perforare accidentalmente più in profondità di quanto programmato.

Secondo queste semplici regole l'atto chirurgico si trasforma in un atto semplice, preciso e sicuro che consente di ottenere nuovi successi professionali e maggior soddisfazione dei Clienti.

1 Scegliere i diametri delle frese corrispondenti al proprio sistema implantologico (scarto massimo - 0.10mm / + 0.05 mm)

2 Scegliere l'intervallo di profondità che utilizzate maggiormente

3 Per ogni fresa scelta le campane necessarie si trovano nelle corrispondenti caselle in orizzontale

FRESE DSS ∅

2,00
2,25
2,75
3,00
3,15
3,25
3,35
3,50
3,75
4,00
4,20
4,50
5,00

36 mm

da 6 a 12 mm	da 8 a 14 mm	da 9 a 15 mm



Diamond Crown™

Estetica e funzione a

360°

Diamond Crown è l'innovativo composito policeramico a base PEX (matrice polimerica cristallina di grado medicale)

Caratteristiche:

- estetica
- massima biocompatibilità
- indice di citotossicità: zero
- macrodurezza
- durezza simile al dente (110 VHN)
- microflessibilità (elevato assorbimento degli shock occlusali)
- superidrofobo
- stabilità dei colori nel tempo

Applicazioni:

- conservativa
- intarsi inlay onlay
- corone
- ponti e corone su metallo
- ponti e corone metal free
- faccette
- byte e rialzi occlusali



Le peculiari caratteristiche chimico-fisiche di Diamond Crown consentono la realizzazione di manufatti protesici estetici di qualità.

La struttura microcristallina del PEX conferisce al materiale una elevata microflessibilità, particolarmente indicata per l'assorbimento degli shock occlusali nelle protesi su impianti e su denti naturali.

La macrodurezza della struttura assicura la resistenza e la durata nel tempo dei manufatti preservando con delicatezza la funzione occlusale senza traumatizzarla.

La biocompatibilità di Diamond Crown offre inoltre la massima integrazione biologica, fondamentale per un'Odontoiatria moderna e non invasiva.

Diamond Crown ...

...quando l'innovazione diventa rivoluzione !

- Desidero maggiori informazioni
- Desidero ricevere il programma corsi
- Desidero la visita di uno specialista di prodotto



distributore esclusivo:

DL MEDICA SPA
ELECTRO MEDICAL TECHNOLOGIES

via pietro calvi 2 20129 milano
tel 02 762751 fax 02 76275300
e-mail dlmedica@dlmedica.it
www.dlmedica.it

nome	cognome
via	
cap	città
telefono	

Autorizzo la DL MEDICA spa ad inserire i miei dati nelle sue liste per l'invio di materiale informativo, pubblicitario o promozionale. In ogni momento, a norma dell'art. 13 legge 675/96, potrò avere accesso ai miei dati, chiederne gratuitamente la modifica o la cancellazione scrivendo all'indirizzo sopra citato.

Esempio di telefonata nell'ambito della gestione della "Qualità Percepita"

di **ANTONIO PELLICIA**
Economista, docente ADeM di Management Sanitario

Segretaria:

Buongiorno Studio Dr. Bianchi, sono Francesca, la segretaria. Cosa posso fare per lei?

Commento:

Presentare prima lo studio e poi se stessi. Utilizzare il verbo "posso" per trasmettere operatività e disponibilità.

Paziente:

Buongiorno, vorrei conoscere il prezzo di un'otturazione, ho dolore ai denti.

Segretaria:

Lei è già nostro paziente?

Commento:

Il prezzo di una prestazione non si può comunicare al telefono, occorre prima aver visitato il paziente. Il modo migliore per riprendere la leadership dopo una domanda difficile, è porre una nuova domanda. Chi ha bisogno di informazioni non trova strano che l'interlocutore chieda ulteriori informazioni per fornire

risposte. In ogni caso chiedere se il paziente è già paziente dello studio, induce a pensare che potrebbe esserci una differenza. A questo punto il paziente potrebbe scegliere di presentarsi, oppure di informarvi su chi gli ha dato il nome del vostro studio, o semplicemente percepire una differenza e quindi un vantaggio per chi è vostro paziente".

Paziente:

No, non sono vostro paziente

Segretaria:

Ha già una radiografia recente?

Commento:

La segretaria non chiede il nome del paziente adesso, avrà occasione più naturale in seguito, per ora occorre far capire indirettamente perché non è possibile fornire risposta alla domanda difficile sul prezzo. Il modo migliore per farlo capire è lasciar dedurre che in mancanza di informazioni non le è possibile rispondere.

Paziente:

No, non ho radiografie, ho un forte dolore

Segretaria:

Vede Sig ... (pausa di sospensione in attesa che il paziente dica eventualmente il nome), senza la radiografia non sono in grado di aiutarla.

Fissiamo un appuntamento comunque, le faremo la radiografia che in ogni caso le è utile e sarà emessa la sua diagnosi quantificandone il prezzo.

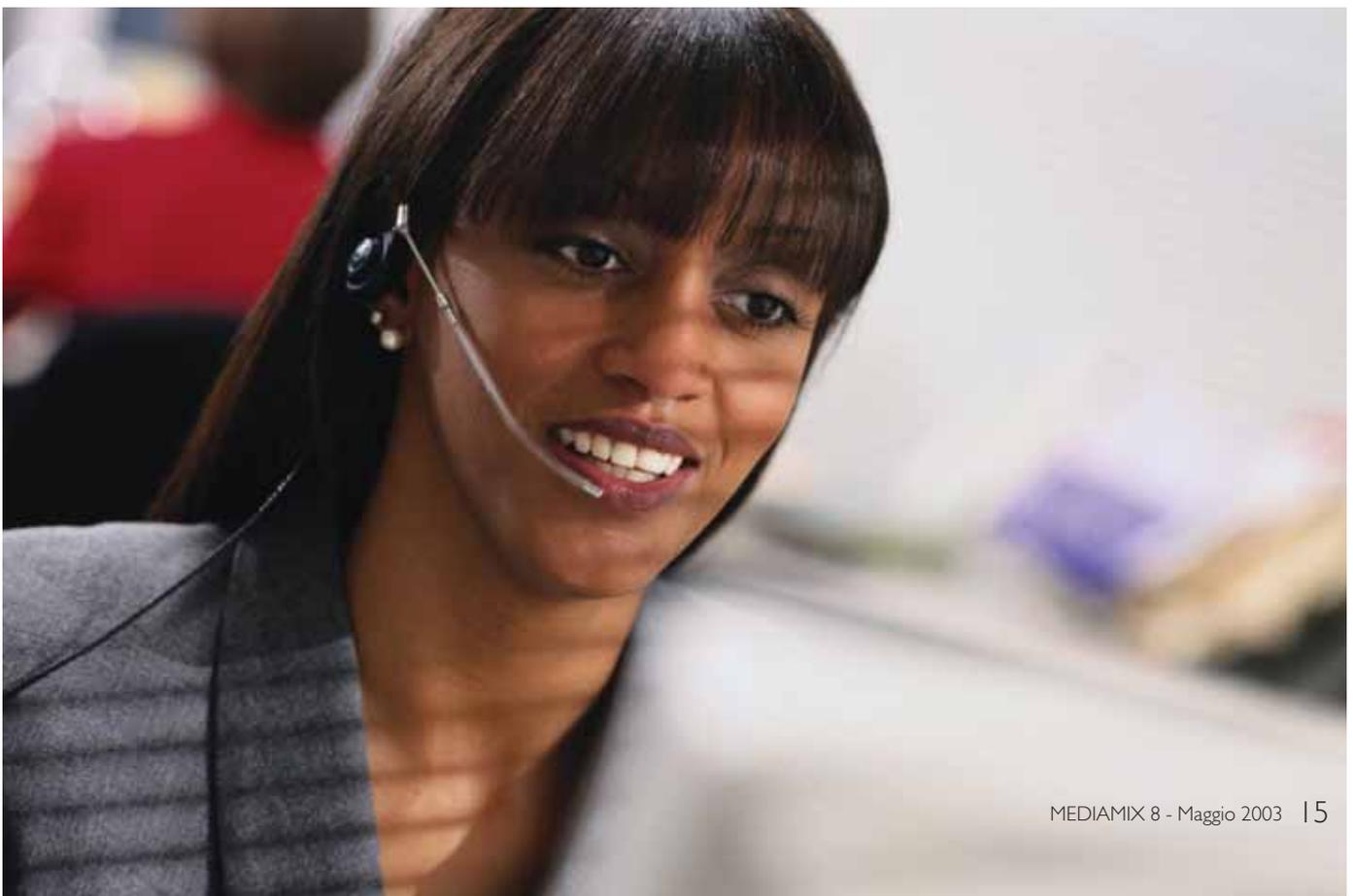
Lei non ha nessun impegno con noi: in questo caso, la radiografia le verrà comunque consegnata e in base a questa lei potrà scegliere noi o altri colleghi per farsi curare.

In ogni caso per lei il primo passo è possedere un referto clinico che possa permettere ad ogni medico di valutare il tipo di terapia da praticarle.

Commento:

Non si parla mai di "problema" ma di "soluzioni", mai di "malattia" ma di "terapia", non si cerca di fissare solo un appuntamento, ma si motiva il paziente: deve sapere che sarà possessore dei referti e che non avrà obblighi successivi alla visita diagnostica (che però in quanto visita, andrà pagata, dal momento che saranno realizzate anche delle radiografie ...).

Il paziente deve comprendere la competenza della segretaria e la sua impossibilità a fornire una risposta senza sufficienti elementi di valutazione.



Tra le richieste di consulenza da parte degli odontoiatri che vogliono incrementare la propria attività professionale attraverso le strategie di management il caso illustrato in questo articolo è stato risolto in tre mesi; vi illustriamo alcuni passaggi.

Il caso di gestione odontoiatrica di questo numero

di **ANTONIO PELLICIA**

Economista, docente ADeM di Management Sanitario

✓ Il Caso:

“Uno studio odontoiatrico ci ha chiesto di studiare alcune soluzioni per migliorare la segreteria dello studio. Attualmente il compito di segreteria veniva svolto da una assistente che si alternava tra il lavoro al fianco del medico in poltrona e al banco della reception. Alcuni problemi erano: congestione dell'agenda degli appuntamenti, ritardi dei pazienti e dei medici, arretrati nei pagamenti da parte dei pazienti, difficile comunicazione con l'odontotecnico, mancanza di richiami periodici post trattamento ai pazienti, perdita di preventivi discussi ma non accettati, demotivazione da parte del Team e acuirsi di tensioni interne, non tempestività nel riordino dei materiali necessari, perdita di valore economico, insoddisfazione di alcuni pazienti, dilatazione degli orari.”

✓ Primo incontro:

La prima riunione, svolta direttamente nello Studio, è stata suddivisa in due fasi distinte. La prima fase di acquisizione dati (analisi economica) ha preceduto la seconda fase (analisi organizzativa) di osservazione dell'andamento lasciando che lo studio svolgesse regolarmente la sua attività. Durante la prima fase, normalmente svolta il mattino, i titolari dello Studio hanno riferito verbalmente sulle problematiche che caratterizzavano la loro attività e su quanto tutto ciò influisse sulla qualità clinica che, pur elevata, stava risentendo di qualche lieve difficoltà organizzativa. Ascoltando i professionisti emergeva piuttosto chiaramente il fatto che la crescita del numero dei pazienti e in fondo il loro successo professionale, non perfettamente gestito però in questa fase, aveva congestionato le loro attività, generando un'implosione della struttura. Non era bastato ingrandire lo studio, cosa che era stata fatta due anni prima, occorreva organizzare meglio il management con conoscenze e soluzioni che i tanti esperimenti che erano stati fatti, non

avevano però risolto. Prima di ascoltare l'assistente che svolgeva i compiti di segreteria, sono stati esaminati alcuni importanti dati economici. Si è proceduto all'esame dei flussi derivanti dall'attività clinica e quindi ai valori dei preventivi accettati, delle visite effettuate, dei pagamenti ricevuti in base



al lavoro svolto, del lavoro svolto e non ancora pagato, del numero delle prime visite, della durata media delle terapie divise per branca, etc. La rilevazione, molto complessa ed approfondita, non si è potuta terminare completamente per la mancanza di alcuni dati e così è stato fornito allo studio un modello (cartaceo ed informatico) per monitorare l'andamento dell'attività delle successive cinque settimane, così da ricavare una serie di dati reali che sarebbero stati poi confrontati con quelli in possesso per determinare i parametri numerici sui quali basare tutte le strategie di miglioramento della gestione, organizzativa ed economica. Nel pomeriggio si è provveduto a registrare, mentre lo studio lavorava correntemente, tutti i meccanismi di funzionamento della segreteria, evidenziando le aree di crisi (telefono, pazienti in attesa, difficoltà nel fissare appuntamenti urgenti, richieste di pagamenti, ...). Questa importantissima fase veniva riportata in una seconda relazione scritta che evidenziava le situazioni riscontrate e che richiedevano una soluzione.

✓ Secondo incontro:

È stata fornita una relazione contenente gli “Obiettivi prioritari” della strategia, vale a dire quelle situazioni nevralgiche che andavano risolte prima di altre e dalla gestione delle quali potevano dipenderne tante altre successive. Emergeva intanto una considerazione sostanziale, determinata dall'analisi economica, attraverso i dati che intanto erano stati inseriti nei modelli forniti sul monitoraggio delle “cinque settimane”. Lo studio potenzialmente aveva un numero di casi e di pazienti, quindi di redditività, tale da giustificare un assetto diverso dell'organico, assumendo una nuova figura: la Segretaria a tempo pieno. Discusso con i medici e con il loro commercialista, il progetto di riorganizzazione si procedeva alla ricerca del personale attraverso diversi canali (annunci, società specializzate, conoscenze dirette). Si sarebbe esaminato il personale in una successiva riunione.

Adesso era il momento di compiere una prima riunione con il personale. Dopo aver quindi incontrato nella mattina il commercialista ed esaminato con lui tutti i dati economici per una pianificazione finanziaria e fiscale (tenendo conto anche degli studi di settore), nel pomeriggio è iniziata la riunione con tutto il personale dello studio. I motivi che hanno spinto questa riunione sono stati due: il primo era di natura prevalentemente psicologica e motivazionale, il secondo formativo e programmatico. In pratica il personale, vedendo la presenza di un consulente in Studio per la riorganizzazione dello stesso, avrebbe potuto allarmarsi e vivere come un rifiuto ogni successivo cambiamento, nonostante le parole tranquillizzanti dei medici. Una figura estranea non conosciuta più generare dubbi, timori e disequilibri. Era indubbio che la collaborazione di tutti sarebbe stata l'arma vincente anche per il nuovo inserimento professionale di una segretaria a tempo pieno e quindi doveroso gestire la motivazione del Team (che secondo chi scrive è più indicato chiamare Equipe). La riunione ebbe successo e furono forniti da tutti spunti, soluzioni, promesse di impegno maggiore e attenzione alle modifiche che si sarebbero apportate. Fu un “brainstorming”. Quella che viene nel management denominata “Image Corporate” (appartenenza all'immagine aziendale) era ancora agli albori, ma già si erano determinate le relazioni fondamentali per una complessiva collaborazione. Questa delicata riunione aveva prodotto anche un altro effetto, determinare chi sarebbe stato guida e chi passeggero nel progetto di riorganizzazione e, senza giudicare nessuno, questa informazione sarebbe stata molto utile in futuro per assegnare nuovi compiti anche in base all'esame appunto della motivazione dei singoli ed ai loro “items” (capacità, abilità, conoscenze).

✓ Terzo incontro:

Con un elenco di circa venti persone da esaminare in un pomeriggio, è iniziata la selezione. Sono stati preparati prima i questionari di valutazione psicoattitudinali che i candidati hanno dovuto compilare. Si sono presentate alla selezione tutte ragazze di età compresa tra i 22 ed i 31 anni. A gruppi di cinque è stato fissato l'appuntamento in Studio ed è stato fornito a ciascuna il questionario. Esaminato il risultato, la commissione composta dal consulente, dai medici e dall'attuale assistente-segretaria, ha iniziato i colloqui individuali in conformità a domande già preorganizzate. Ad ogni candidata era associato un codice ed una valutazione finale. Alla fine della giornata erano state esaminate tutte le persone e si è iniziata una discussione all'interno della commissione che avrebbe portato alla selezione di due potenziali vincitrici. Queste sarebbero state contattate per un successivo incontro di approfondimento della durata di una giornata, in affiancamento alla reception.

✓ Quarto e quinto incontro:

Due giornate consecutive, identiche, ma con le due distinte vincitrici della selezione precedente. Le due giornate, oltre ad essere necessarie per affinare la valutazione delle candidate, sono state molto utili all'attuale assistente-segretaria per "razionalizzare" la propria usuale attività, in quanto, con il consulente tutte le azioni potevano essere catalogate ed inserite in una "Carta dei Compiti" della segretaria che era stata precedente fornita dal consulente. Secondo questo protocollo, sia l'attuale assistente-segretaria, sia la nuova candidata, potevano acquisire una metodologia e alcune conoscenze che riorganizzavano in modo manageriale lo svolgimento di tutte le azioni di segreteria. Le due giornate sono state molto faticose ed hanno richiesto grande concentrazione da parte di tutti, ma alla fine il risultato era chiaro. I tempi erano stati classificati, così come le priorità e le attività svolte erano sembrate più stabili e ripetibili. Anche la candidata aveva avuto così l'occasione di potersi realmente rendere conto del suo futuro lavoro. Durante la giornata erano state effettuate considerazioni che non tendevano a "nascondere" i problemi ma ad evidenziarli, in modo che non si presentasse una visione "finta" ed irreale dell'attuale segreteria ma che fosse quindi chiaro il progetto di riorganizzazione necessario e le competenze richieste per la soluzione dei problemi.

Nulla sarebbe stato più sbagliato che assumere qualcuno che non avesse la visione corretta dell'ambiente e del carico ingente di lavoro da svolgere. Fu scelta la candidata con maggiore disponibilità d'orario, con-

siderando che entrambe avevano, nella giornata di audizione, soddisfatto le esigenze dello Studio in quanto a potenziali capacità e partecipazione attiva.

✓ Quinto incontro:

La candidata prescelta per il ruolo di segretaria fu invitata a partecipare ai Corsi di gestione della Segreteria e ha iniziato un periodo di formazione interna, della durata di cinque giorni "full immersion", al fianco dei medici per apprendere alcune terminologie odontoiatriche e per conoscere, almeno di massima, le principali e le più frequenti prestazioni.

I medici, con il consulente, avevano intanto compilato una scheda con i tempi minimi e massimi delle singole prestazioni, in modo che la nuova segretaria potesse avere almeno in generale cognizione degli intervalli tra un appuntamento e l'altro per organizzare l'agenda. In questo incontro la consulenza è stata rivolta principalmente al controllo ed all'affiancamento, nonché alla formazione della nuova segretaria, trasferendole alcune esclusive metodologie per l'organizzazione dell'agenda, per la risposta telefonica e istruendola brevemente sulla futura necessità di presentare i preventivi ai pazienti.

Ogni domanda della segretaria sarebbe stata da questa riportata sull'"Agenda della Segreteria" che da quel momento le era stato detto di adottare, in concomitanza con l'agenda degli appuntamenti dello studio. In futuro l'"Agenda della Segreteria" sarebbe stata adottata giornalmente per segnare tutte le note, le telefonate, gli acquisti da ordinare, i messaggi dei medici e del personale... Questo strumento fu adottato da subito quindi e si rivelò in seguito fondamentale per la gestione della segreteria. Nel frattempo veniva presa sempre più confidenza con il sistema informatico.

✓ Sesto incontro:

In questa giornata si riunì nuovamente tutto il personale dello Studio e furono discussi i risultati acquisiti, studiate le strategie per migliorare la comunicazione interna e fu fornito un software di "Analisi Economica" per monitorare l'andamento dei costi e dei ricavi delle attività svolte. Fu introdotto anche un altro software, esclusivamente per la gestione della presentazione dei preventivi. Quest'ultimo prevedeva la consegna di una Cartella al paziente contenente il piano terapeutico contabile, la scheda anamnestica, le fotografie, le radiografie (tutto digitale) e le informative sul trattamento e sul consenso, software denominato: le "Cartelle Cliniche Visive".

Nel pomeriggio furono illustrati dal consulente i due software che sarebbero



stati utilizzati periodicamente a supporto delle normali attività.

✓ Settimo ed ultimo incontro:

Questa ultima giornata fu rivolta al miglioramento della "customer satisfaction", ovvero della soddisfazione del paziente per potenziare la Qualità Percepita. Si trattò di un vero e proprio corso di formazione per tutto il Team (medici compresi) per la comunicazione dialogica e per la gestione della relazione medico-paziente-assistente-segretaria.

Furono poste tante domande e si decise di svolgere periodicamente giornate di questo tipo a distanza di uno o due mesi per la motivazione del gruppo e di questo verso i pazienti. Lo studio aveva iniziato ad essere coordinato da una nuova professionalità che aveva ricevuto una specifica formazione, in un ambiente adatto e preparato ad integrarla nel modo migliore.

Questa consulenza, certamente tra quelle più semplici che nel Management Odontoiatrico sono state svolte, ha permesso, a distanza di tre mesi, di raggiungere i principali obiettivi grazie alla costituzione di una nuova figura professionale competente in segreteria, permettendo alla precedente assistente di tornare a svolgere l'attività che le era più congeniale, al fianco del medico, e per la quale si dedicava con maggiore passione e precisione.

La nuova segretaria fu assunta con un contratto a tempo pieno e, dopo il primo periodo di acquisizione delle necessarie informazioni sulla parte clinica, ha iniziato a concentrarsi con il metodo manageriale che le era stato fornito, sulle problematiche organizzative dello studio, anche con ambizione e grande partecipazione, con suggerimenti che, inizialmente, venivano ancora sottoposti alla considerazione del consulente ma che in futuro sarebbero diventati i suoi punti di forza.



Academy for Developing evidence Management

E.C.M.: CREDITI RICHIESTI
Durata: 2 giorni dalle 9,30 alle 17,00
Relatori: Ing. CLAUDIO PALERMA e dr. ANTONIO PELLICCIA
Prezzo: 340,00 Euro + IVA (20%)
Sedi: MILANO - BOLOGNA
Data: 5-6/12/2003

Codice 0903

Le 20 + 2 nuove regole del Management

Argomenti innovativi e nuove strategie di Marketing per la gestione dello Studio Odontoiatrico

Prenotatevi al "nuovo corso di Management Odontoiatrico ADeM". La prenotazione non è vincolante ma è consigliata dato il numero chiuso di partecipanti ammessi (max 50).

PROGRAMMA:

Grazie alla sinergia dei due relatori il Corso è stato strutturato per approfondire le nozioni generali del management odontoiatrico che in questi anni è notevolmente mutato in base alle normative ed alle opportunità che hanno caratterizzato il cambiamento della libera professione.

Organizzare il Back Office

Il Back Office è l'insieme delle attività gestionali che occorrono per strutturare il corretto funzionamento dello studio in modo che tutte le attività vengano successivamente svolte in sicurezza e qualità con la più alta riduzione dei rischi organizzativi, clinici, economici e di impresa e con massima soddisfazione del Team e dei pazienti.

- Il codice deontologico
• Organizzare la corretta raccolta e archiviazione dei dati (cartacei ed informatici)
• L'organizzazione della segreteria per migliorare la presentazione e la discussione dei preventivi
• Calcolare ed ottimizzare i costi di gestione con il modello ADeM
• L'informazione base sui rischi
• I controlli I: le apparecchiature biomediche e informatiche

- I controlli 2: safety informatica e tutela dei dati sensibili
• Comunicare con la posta elettronica (nuove opportunità per lo Staff e per i pazienti)
• Le immagini come strumento di comunicazione
• Nuove soluzioni di pagamento delle terapie.

Organizzare il Front Office

Il Front Office è l'insieme delle attività gestionali rivolte verso l'esterno. Rappresentano il normale funzionamento della quotidianità nella professione e determinano il soddisfacimento del mercato e la conseguente redditività derivante dal servizio offerto. In base a questa organizzazione è possibile implementare e mantenere il successo professionale.

- La carta dei servizi
• La pubblicità sanitaria tradizionale e su Internet
• La qualità percepita dai pazienti (Il Marketing Deontologico)
• Come rispondere alle domande del paziente
• Come motivare il paziente e renderlo partecipativo
• Aumentare la domanda di igiene - motivare alle visite periodiche - incrementare il numero dei pazienti
• I rapporti con l'odontotecnico
• I rapporti con i consulenti esterni
• La cosmetologia dentale, la chirurgia estetica e le nuove strategie degli Studi interdisciplinari
• Il nuovo ruolo dell'Igienista Dentale

Ed in appendice al corso saranno trattati i temi:

- La certificazione di qualità e l'accredimento
• Le Società di Capitali (Srl) in odontoiatria.

Ai partecipanti verrà consegnata la dispensa del corso riservata ai "Soci del Club ADeM®".

COMPILARE IN OGNI SUA PARTE IL PRESENTE MODULO D'ISCRIZIONE

Desidero iscrivermi al corso:

[X] Le 20 + 2 nuove regole del Management

Sede:

Data: 5-6 dicembre 2003

Invio il Modulo di Iscrizione a ADeM srl:

- [] via Fax al numero 02 29526207
[] via Posta Prioritaria a ADeM srl via Ludovico Settala, 61 - 20124 MILANO

Scelgo la seguente modalità di pagamento:

- [] allego Assegno Non Trasferibile intestato a ADeM srl
N. di €
[] allego copia del bonifico bancario intestato a ADeM srl, C/C 1172/66, ABI 5164, CAB 01619, Banca popolare di Lodi, Ag. 6, Milano

MODULO DI ISCRIZIONE N. Partecipanti:
Intestazione Fattura:
Via:
Città:
CAP: Prov.:
Tel. Studio:
Fax: Cell.:
E-mail:
P. IVA:
Nome partecipanti e qualifica:
Autorizzo l'uso dei miei dati personali per la spedizione di pubblicazioni tecniche e l'invio di mailing ai sensi della legge 31.12.96, sul trattamento dei dati personali.
Qualora, per motivi organizzativi, si dovesse annullare il corso, mi restituirte l'intera quota. Resta inoltre inteso che qualora per causa di forza maggiore o di impossibilità sopravvenuta il corso non si dovesse tenere, avrò diritto esclusivamente al rimborso della quota versata.

Arianto

EDIZIONI MEDICHE

Codice 0303

Lo studio odontoiatrico gestito managerialmente

Con il patrocinio **ADeM**

E.C.M.: CREDITI 12**Durata:** 2 giorni dalle 9,30 alle 17,00**Relatore:** dr. ANTONIO PELLICCIA**Prezzo:** 340,00 Euro + IVA (20%)**Sedi:** MILANO - ROMA**Data:** Milano: 12, 13/09/03 - Roma: 26, 27/09/03**PROGRAMMA 1ª GIORNATA:****• La diagnosi manageriale dello studio:**

- le basi economiche e le basi organizzative.
- il calcolo del costo delle prestazioni e la congruità del listino.
- il controllo gestionale della produzione

• Gli obiettivi e la terapia manageriale:

- 1 Terapia di mantenimento dei pazienti
Richiami, Qualità Percepita, Marketing deontologico.
- 2 Terapia di incremento della produzione
Preventivi, modalità di pagamento, comunicazione dialogica.
- 3 Terapia di sviluppo dell'organizzazione
Risorse umane, Motivazione, Controllo, Documentazione.

• I benefici professionali:

- 1 Gestione dei tempi.
- 2 Aumento della redditività.
- 3 Contenimento dei costi.
- 4 Riduzione dello stress.

• La gestione manageriale quotidiana:**Parametri di organizzazione**

- 1 I fattori di rischio.
- 2 L'esame del problema gestionale.
- 3 L'agenda di studio.
- 4 La valutazione dei carichi di lavoro.
- 5 La contrattualistica ed i rapporti economici.
- 6 L'agenda della Segreteria.
- 7 La comunicazione.
- 8 La pianificazione.

• La organizzazione del controllo periodico di management:

- 1 Lo spazio.
- 2 Il personale.
- 3 Il tempo.
- 4 I costi.
- 5 La motivazione del team.
- 6 I rapporti del paziente con lo studio.
- 7 I benefici.

PROGRAMMA 2ª GIORNATA:**• Le strategie di successo professionale in Odontoiatria**

- 1 Le risorse umane, economiche e di mercato.
- 2 Le diverse forme costitutive dello studio Monoprofessionale, Associazione, Società di capitali (SRL).

• La certificazione di Qualità

- 1 ISO 9000 e Vision 2000.
- 2 Gli accreditamenti.
- 3 La "Qualità reale e quella percepita".

• La comunicazione scritta, dialogica e visiva nello studio odontoiatrico

- 1 Stimolare l'interesse del paziente attraverso la partecipazione attiva.
- 2 Migliorare la comunicazione interna dello studio Strumenti operativi e "case history" di consulenze trattate dal relatore.

• La gestione del piano terapeutico contabile, della compliance e della concordanza del paziente

- 1 La presentazione del consenso informato e della modulistica da consegnare ai pazienti attraverso il metodo Apmanagement.

• La gestione del mercato potenziale

- 1 La concorrenza.
- 2 Fidelizzare il paziente nel tempo.

• L'importanza dell'igiene periodica per ottenere la "customer satisfaction"

- 1 Le garanzie professionali.
- 2 Il concetto di benessere e di salute anteposto alla malattia.
- 3 Le assicurazioni sanitarie.

• Il paziente come risorsa

- 1 Il paziente promoter.
- 2 Il paziente economicizzante.
- 3 Il paziente difficile.

• Progettare insieme la gestione manageriale dello studio

- 1 Esercitazione pratica svolta in aula sulla base delle metodologie de "Problem Solving".
- 2 Domande al relatore.

COMPILARE IN OGNI SUA PARTE IL PRESENTE MODULO D'ISCRIZIONE

Desidero iscrivermi al corso:

- Lo studio odontoiatrico gestito managerialmente

Sede: **Data:****Invio il Modulo di Iscrizione all'ARIANTO srl:**

- via Fax ai numeri:
02 700506796 - 02 95441174
- via Posta Prioritaria all'ARIANTO srl:
via G. Griziotti 3, 20145 Milano.

Scelgo la seguente modalità di pagamento:

- allego Assegno Non Trasferibile intestato all'ARIANTO srl:
N. di €
- allego copia del bonifico bancario intestato all'ARIANTO srl:
C/C 100894/60, ABI 03069, CAB 05062, Banca Intesa BCI Ambroveneto, Fil. 491

MODULO DI ISCRIZIONE

N. Partecipanti:

.....

Intestazione Fattura:

.....

Via:

Città:

CAP: Prov. :

Tel. Studio:

Fax: Cell. :

E-mail:

P. IVA:

Nome partecipanti e qualifica:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Questa domanda è molto frequente nella gestione dello Studio odontoiatrico e interessa sia lo sviluppo dello stesso, che il livello di soddisfazione dei pazienti che, pur avendo compreso l'importanza della terapia alla quale devono sottoporsi, non sempre sono nelle condizioni di poterne usufrui-

re dal punto di vista economico. Non sempre è possibile per il professionista infatti risolvere il problema con una dilazione di pagamento, perché gli importi della terapia sono tali da incrementare una forma di "finanziamento della cura" che non è sempre sostenibile e controllabile, a fronte di anticipazioni reali dei costi

conto che il problema è solo economico e piuttosto derivante dal fattore tempo. Infatti il tempo in cui il trattamento viene erogato è decisamente inferiore al tempo in cui il paziente potrà corrispondere le somme di denaro equivalenti. Questo "Gap" non può essere risolto se non attingendo a nuove forme di pagamento delle terapie, quale quella del "finanziamento della cura medica". Attraverso questa formula, il paziente, che come abbiamo detto è motivato a ricevere la prestazione, potrà acquisire il servizio dal professionista, pagando in un tempo maggiore la terapia, senza che sia lo Studio odontoiatrico a doverla "finanziare" non avendone le possibilità per i principi appena esposti. La soluzione, soprattutto per quei preventivi di importo elevato (la somma è soggettiva e varia da paziente a paziente), è accedere al "credito al consumo", in pratica è possibile far sì che il paziente, con una semplice compilazione di qualche scheda informativa che viene successivamente inoltrata dal medico all'Istituto di Credito, possa pagare in rate che variano dai 12 ai 48 mesi, quello che il professionista avrebbe dovuto ricevere entro la cura o nei mesi immediatamente successivi. Il paziente potrà intraprendere così la terapia, bilanciando il pagamento sulle proprie esigenze nel tempo ed il professionista, alla fine della semplicissima disamina istruttoria sul paziente, riceve in pochi giorni l'intero importo del trattamento dalla Finanziaria, in assoluta garanzia della privacy e con tutte le cautele doverose per la gestione del rapporto dialogico e dell'immagine. In alcuni casi specifici è possibile che lo Studio dentistico corrisponda alla Finanziaria gli interessi per il credito concesso al paziente, in modo da non far gravare su quest'ultimo le spese della richiesta di finanziamento. Può essere vantaggioso infatti, per il dentista, ricevere subito l'intero importo della cura che il paziente pagherà alla Finanziaria in base alle rate adattate alle proprie esigenze, ed a fronte di ciò il fatto che lo Studio paghi gli interessi può rappresentare sì un costo, ma anche una opportunità recuperabile dalla riduzione del lavoro della segretaria che non dovrà più controllare quotidianamente i pagamenti; dalla riduzione degli appuntamenti disdetti, a causa dei problemi economici; dal recupero degli interessi finanziari (l'importo viene accreditato sul conto corrente dello Studio in pochi giorni); dalla opportunità di doversi solo preoccupare di svolgere una prestazione medica di qualità; ridurre il "rischio economico"; soddisfare il paziente mettendolo in condizione di poter usufruire della terapia anche dal punto di vista economico.

E se il paziente, pur avendo compreso la terapia, non la può pagare?

di **VALERIO CURATOLO**
Responsabile Credito al Consumo

interni, propri, dei materiali e dell'odontotecnica. Tali pazienti non potrebbero comunque estinguere il debito nel corso della cura e neanche nei mesi immediatamente successivi. Il rischio è senz'altro quello di perdere il paziente o nella migliore dell'ipotesi di dover ricevere una prestazione di livello inferiore, più vicina alle sue disponibilità economiche. Questo incide sul parametro oggettivo di soddisfazione sia per il professionista che per il paziente. Anche dal punto di vista organizzativo la scelta di ridurre la Qualità clinica non si è dimostrata spesso come la soluzione ottimale. D'altro canto, quando parliamo di preventivi che il paziente non può pagare nelle tradizionali modalità, dobbiamo sempre collegarci ai due aspetti fondamentali del Codice Deontologico e della gestione economica dell'attività professionale, che possono, se non gestite correttamente, sembrare contrastanti. Da un lato prevale l'interesse di fornire un servizio medico adeguato alle necessità del paziente, dall'altro si manifesta l'esigenza per il professionista di ridurre i rischi economici, d'esposizione finanziaria e di raggiungimento dell'equilibrio tra i costi ed i profitti. Non è sempre facile (Vedi : accreditamento e successivo convenzionamento) attingere anche ai fondi integrativi che, attraverso le forme assicurative o di risparmio del consumatore attraverso specifiche Organizzazioni, possano ottemperare a tale esigenza, fermo restando che i tariffari di tali convenzioni non riescono spesso neanche a coprire i costi delle prestazioni, a meno che non si ragioni in termini quantitativi e non solo qualitativi. Se esaminiamo il caso da vicino, ci rendiamo



La consapevolezza che lo studio dentistico non possa più essere organizzato solo ed esclusivamente attraverso la professionalità clinica degli odontoiatri - sia pure di vaglia - che vi operano, ma necessiti, anche, di una pianificazione della gestione/controllo delle risorse umane e dei supporti strut-

Quasi che l'appoggiarsi ad un esperto professionista fiscale metta al riparo ed affranchi da ogni impegno! Questa delega "in bianco" al fiscalista rappresenta un errore ed un limite madornale. In ogni corso al quale partecipo come relatore apro sempre con questa frase divenuta ormai in "litemotiv":

Il Management e la materia fiscale

di **CARLA FRIGIERI FRANZELLI**
Tributarista, docente ADeM di management sanitario

turali e strumentali che costituiscono lo scheletro/cornice alla loro opera sta, finalmente, trovando riscontro.

All'ultimo Congresso del Collegio dei Docenti di Odontoiatria, tenutosi a Roma dal 10 al 12 aprile (ove, tra l'altro, ho svolto una breve relazione sul bilancio dello studio dentistico), ho potuto constatare una presenza molto più numerosa e interessata di quanto non si fosse verificato, nello stesso contesto congressuale, due anni fa.

Saluto con gioia questo interesse per un'organizzazione consapevolmente manageriale della "entità studio" e ciò non suoni blasfemo. Organizzare in senso imprenditoriale la propria attività nulla toglie alle caratteristiche intellettuali e precipue dell'attività professionale.

Nei paesi europei, oggi nostri fratelli, questo è ormai un dato acquisito. Anzi è proprio da ciò che trae origine questo nostro nuovo e tardivo interesse per l'area del management.

"... tutte le attività professionali hanno un contenuto economico... e qualsiasi entità che esercita un'attività economica, a prescindere dal suo status giuridico e dalla modalità di finanziamento, è impresa..." così recita in diverse mozioni la Corte Europea alla quale si aggiunge la voce dell'Antitrust che ribadisce come appaia "anacronistica e perdente sui mercati l'attuale organizzazione delle libere professioni in Italia".

Ben venga l'interesse che ampie fasce di dentisti cominciano a dimostrare per quest'area di conoscenza fino ad ora ritenuta appannaggio delle sole imprese. Riscontro, tuttavia ancora, un quasi totale rifiuto per le materie fiscali: "cose da commercialisti"!

"In tutti i moderni sistemi tributari è prassi consolidata che l'Amministrazione Finanziaria controlli periodicamente quanto i contribuenti dichiarano. Tanto più ciò deve valere in Italia ove il sistema tributario è basato sull'adempimento spontaneo".

Gli strumenti di controllo ora ci sono e si chiamano "studi di settore" e "metodologie di controllo".

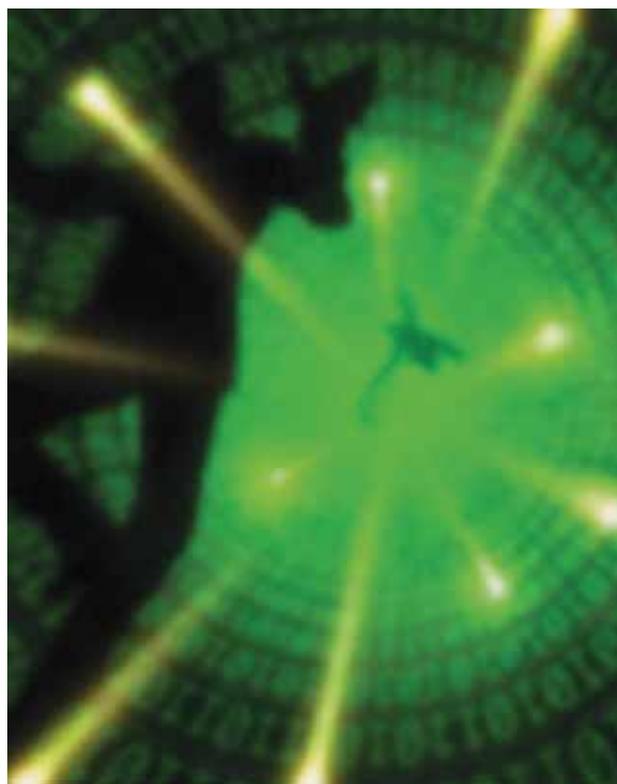
La Circolare 185/E del 13.10.2000 affrontando l'argomento del rapporto esistente tra le due modalità stabilisce che questi due strumenti sono per il "Fisco" complementari e non alternativi ai fini dell'attività di controllo. In parole semplici dice che potranno essere usati contemporaneamente.

– Gli "studi di settore" costituiscono il frutto di un accordo di reciproca collaborazione tra il Ministero e i rappresentanti delle varie categorie di professionisti, imprenditori, etc. (che hanno fornito le basi logiche/tecniche per ogni attività) e, sinergicamente, della elaborazione statistico/matematica dei dati (contabili ed extra-contabili) forniti dai contribuenti con la compilazione dei questionari (quello dello

studio dentistico si chiama SK21). Il prodotto software basato sugli "studi", mediante il quale è possibile conoscere i propri ricavi presunti, è stato battezzato GERICO (disponibile gratuitamente sul sito www.finanze.it).

- Le "metodologie di controllo" (con il supporto delle check-list) uscite per le categorie del dentale già nel 1997, ci forniscono il percorso ed il metodo che sarà utilizzato per i futuri controlli. Cito solo alcuni degli aspetti ai quali viene prestata particolare attenzione (in base ai controlli basati sulle "metodologie") e per i quali si procede ad attenta disamina:
- Controllo ed eventuale prelievo di tutti i documenti, i supporti informatici, le agende, etc. conservati in Studio
- Rilevazione del magazzino per arrivare a determinare il consumo medio del materiale di consumo utilizzato per ogni paziente.
- Valutazione della produttività per addetto, per tipologia/qualità e quantità di strumentazione, etc.

Solo per rimanere alla seconda voce sopra citata, ponendo un esempio, il Vs. commercialista, sia pure bravissimo, cosa potrebbe opporre qualora venisse provato un consumo assurdo di composito in rapporto agli acquisti di questo materiale e alle parcelle esposte (che in base alle norme debbono essere dettagliate)? Per concludere: nell'area del management trovate lo spazio per collaborare col Vs. fiscalista di fiducia e aiutatelo ad aiutarVi.





Arianto

EDIZIONI MEDICHE

Codice 0303

Corso di Segreteria

Dal primo contatto alle modalità di pagamento dei preventivi ed ai richiami
Con il patrocinio **ADeM**

E.C.M.: CREDITI 5**Durata:** 1 giorno dalle 9,30 alle 17,00**Relatore:** dr. ANTONIO PELLICCIA**Prezzo:** 170,00 Euro + IVA (20%)**Sede:** MILANO**Data:** 12 Luglio 2003, 15 novembre 2003

Il corso, che rappresenta una tappa fondamentale per l'organizzazione dello Studio Odontoiatrico, ha la finalità di affrontare in modo molto discorsivo le aree critiche della segreteria odontoiatrica, spesso congestionata da numerosissime attività. Durante la giornata saranno sempre affrontati tutti i temi in modo pratico, con domande e risposte tra il relatore ed i partecipanti e illustrate le soluzioni pratiche per migliorare le numerose azioni in questa funzione strategica per lo Studio. Il ruolo centrale della segretaria. Come collettore tra le attività cliniche e quelle extracliniche è di fondamentale rilevanza per determinare il "Valore Aggiunto" delle attività e dei servizi erogati ai pazienti e da questa dipende molto per la soddisfazione degli stessi e quindi del successo strategico dello Studio e del professionista. I "compiti" dovranno essere quindi trasformati in "competenze" e la motivazione assumerà un ruolo determinante nello sviluppo di tutte le sinergie interne allo Studio. Particolare importanza sarà data alla presentazione ed alla discussione del preventivo, così come alla gestione dei "richiami" che rappresentano una delle strategie più importanti per il mantenimento ed incremento dei pazienti. Tutta la parte relativa alla comunicazione verrà sviluppata anche con esercitazioni e test durante lo svolgimento del corso, per stimolare le abilità individuali. Questo corso, ormai alla 45° edizione è stato rinnovato ed arricchito di argomenti nuovi come la parte attinente le modalità di pagamento e la multimedialità attraverso l'utilizzo della posta elettronica. Interessante è anche tutta la parte concernente la gestione della sala d'attesa e la comunicazione dialogica.

PROGRAMMA:

- **1ª area di "crisi" della segreteria: i ritardi**

Gestione dei ritardi negli appuntamenti dei pazienti. Gestione del ritardo del medico. Gestione del ritardo nei pagamenti delle terapie in corso o già svolte. Lo scadenziario dei pagamenti.

- **2ª area di "crisi": gli incassi**

Implementare il rendimento economico dello studio - Ridurre il rischio di esposizione finanziaria dei pazienti. Il recupero crediti.

La comunicazione con il commercialista. La tenuta della contabilità.

- **3ª area di "crisi" della segreteria: i richiami periodici ed i controlli di igiene**

Aumentare la domanda di igiene. Moti-

vare i pazienti verso i richiami periodici. Gestire le telefonate di richiamo. Organizzare il marketing su prevenzioni e profilassi.

- **4ª area di "crisi": il telefono**

La relazione dialogica. Cos'è e come si gestisce. Far percepire la qualità dello studio. Le domande e le risposte nella comunicazione con il paziente. La raccolta delle informazioni.

Tecniche di comunicazione diretta ed indiretta. Ridurre lo stress e tranquillizzare il paziente.

- **5ª area di "crisi": gli acquisti**

Gestione del magazzino e degli ordini: i rapporti con i fornitori e i rapporti con i tecnici.

- **6ª area di "crisi": l'agenda**

Gli appuntamenti in funzione del carico di lavoro dello studio e delle esigenze dei pazienti.

Creazione della lista d'attesa dei pazienti per sostituire le disdette dell'ultimo momento.

I tempi cuscinetto e la gestione dei riuniti - Ottimizzare gli appuntamenti - Principi di ergonomia organizzativa. La gestione di se stessi e dei fattori che esplicano l'ansia e lo stress.

- **7ª area di "crisi": il preventivo**

Casi diversi di presentazione del preventivo e quando non può essere la segretaria a farlo. Presentazione. Discussione. Accettazione. Motivare il paziente e concordare le modalità di pagamento. La firma del "consenso", della "privacy" e dello stesso preventivo. Comunicazione dialogica. La cartella clinica sia cartacea che informatica. L'importanza delle immagini. Il management del cliente-paziente. Come farsi preferire.

- **8ª area di "crisi" della segreteria: il controllo economico e dei costi**

Calcolo dei costi diretti, calcolo dei costi indiretti, calcolo dell'importo minimo di una terapia.

- **Aree generali di "crisi" della segreteria:**

Come presentarsi ai pazienti, la relazione con i colleghi, concetto di autorità e autorevolezza, differenza tra essere servizievoli ed offrire un servizio per la leadership verso i pazienti.

COMPILARE IN OGNI SUA PARTE IL PRESENTE MODULO D'ISCRIZIONE

Desidero iscrivermi al corso:

Corso di Segreteria

Sede: MILANO Data:

Invio il Modulo di Iscrizione all'ARIANTO srl:

via Fax ai numeri:
02 700506796 - 02 95441174

via Posta Prioritaria all'ARIANTO srl:
via G. Griziotti 3, 20145 Milano.

Scelgo la seguente modalità di pagamento:

allego Assegno Non Trasferibile intestato all'ARIANTO srl:

N. di €

allego copia del bonifico bancario intestato all'ARIANTO srl:
C/C 100894/60, ABI 03069, CAB 05062, Banca Intesa BCI Ambroveneto, Fil. 49 I

MODULO DI ISCRIZIONE	N. Partecipanti:
Intestazione Fattura:
Via:	
Città:	
CAP: Prov.:	
Tel. Studio:	
Fax: Cell.:	
E-mail:	
P. IVA:	
Nome partecipanti e qualifica:	
.....	
.....	
<input type="checkbox"/> Autorizzo l'uso dei miei dati personali per la spedizione di pubblicazioni tecniche e l'invio di mailing ai sensi della legge 31.12.96, sul trattamento dei dati personali.	
<small>Qualora, per motivi organizzativi, si dovesse annullare il corso, mi restituirte l'intera quota. Resta inoltre inteso che qualora per causa di forza maggiore o di impossibilità sopravvenuta il corso non si dovesse tenere, avrò diritto esclusivamente al rimborso della quota versata.</small>	

Weekend d'arte e bellezza a Ravenna

di **LIA PAPPAGALLO**
Medico chirurgo, Odontoiatra



"...nobody knows it, but you've got a secret smile and you use it only for me". Questo brano tratto da un pezzo dei Semisonic, Secret smile appunto, parla chiaro: attraverso un sorriso si può trasmettere qualcosa che nessuna parola potrà mai comunicare. Ma non basta.

Cosa meglio di un sorriso sintetizza il concetto di bellezza, ai giorni nostri? E vogliamo forse trascurare la sua "valenza terapeutica" e la sua "funzione sociale"? Studi recenti certificano l'importanza giocata dal sorriso nella vita di relazione, e da oltre oceano arrivano conferme sulla correlazione tra la possibilità di avere successo e particolari caratteristiche del sorriso. È infatti vero che le persone con una dentatura curata, non solo sono più belle, ma vengono valutate più favorevolmente in ambito lavorativo, ricevono più consensi e sono considerate socialmente più affidabili. Entriamo così nel delicato campo della psico-estetica, dove bellezza significa

sorriso e sorriso significa energia che fluisce in una persona che, per il suo essere sorridente, è chiaramente libera da stress e tensioni.

Vi siete chiesti perché il sorriso influenza così fortemente lo stile e la bellezza, in questo passaggio di secolo?

Forse perché può esprimere emozioni e passioni interiori che, da solo, un volto non sa comunicare.

È così si spiega anche il grande interesse dell'odontoiatria nei suoi confronti.

Se è vero che a partire dagli anni '50, ogni decennio è stato contrassegnato da un solo preciso modello di bellezza dominante, è altrettanto vero che oggi, al contrario, si può essere belli e contemporaneamente unici, pur condividendo l'assunto che fa del sorriso il fulcro della vera bellezza.

Creare il sorriso ideale, infatti, non significa omologarlo, legarlo a un unico stereotipo; al contrario, affidandosi a professionisti preparati ed esperti si ha la certezza

di raggiungere un obiettivo personale: quello di sfoderare il "proprio sorriso", specchio della propria anima.

L'estetica del sorriso nasce dall'esigenza conclamata è "terapeutica" del sorridere. Stare meglio, ottenere il massimo, piacersi di più bastano da soli a giustificare la crescente richiesta di prestazioni in questo campo.

Le persone ricorrono sempre più di frequente alla chirurgia per un'estetica del sorriso non solo nel tentativo di opporsi al tempo che passa, ma soprattutto vincere una competizione con se stesse.

Da stimolo hanno fatto certo anche le migliorate condizioni socio-economiche, è un mutato atteggiamento culturale nei confronti dell'odontoiatra, oggi non più figura vista come necessariamente inevitabile, e poi un'idea assunta un po' da tutti, secondo la quale le relazioni interpersonali si stabiliscono, si, attraverso le parole (che per altro sempre dalla bocca escono), ma più spesso solo lo sguardo, l'atteggiamento e il sorriso a comunicare quel di più.

Keep smiling people!



Nella foto:

Prof. Gasparotti,
dott.sa Chiara Montenero,
il vice sindaco di Ravenna sig. Gianantonio Mingozzi,
dott.sa Lia Pappagallo,
sig. Daniele Miglietta,
dott. Gennaro Nocerino.

Per maggiori informazioni:

Centro Dentale Ravenna

Tel. 0544 33206 - 0544 30237

E-mail ceodra@libero.it

Se solo qualche anno fa qualcuno avesse parlato di Norme Organizzative e di Qualità da applicare in uno Studio Dentistico sarebbe stato certamente considerato una persona che non conosceva quali priorità avesse questo settore. Le cose oggi stanno invece rapidamente

Questo coinvolgimento si ottiene attraverso un'attenta formazione ed un'altrettanta approfondita attivazione pratica con il supporto di personale qualificato, pena la creazione di un Sistema burocratico e poco utile. Come mostra la figura qui sotto l'organizzazione dello Studio deve cambiare nei

pa infatti non solo le attività dei processi che riguardano l'efficacia medica, le modalità gestionali, i controlli in ogni fase del servizio, la formazione del personale ma costituisce un fondamentale elemento per la contemporanea gestione e controllo dei costi, nell'ottica di un loro contenimento.

L'attenzione al Cliente: organizzarsi per soddisfarlo

di **GIANGALEAZZO CACCIA**
Consulente di direzione

cambiando non solo presso gli Studi dentistici ma in tutto il mondo della Sanità: è sempre più evidente l'importanza della Qualità delle cure mediche sia a livello macrosociale che microsociale.

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un notevole utilizzo della Norma UNI EN ISO 9001:2000 per creare Sistemi Qualità in ambito sanitario, non più solo presso laboratori di Analisi e Centri Diagnostici, ma sempre più in strutture sanitarie di ogni ordine e gradi sia pubbliche sia private.

Tutto il mondo Sanitario sta evolvendo verso sistemi organizzativi che risolvano le eventuali inefficienze, i rischi di disservizi, gli aspetti preventivi nell'ottica della sicurezza del paziente, del personale dello Studio stesso e di tutti coloro che ne vengono a contatto.

Lo sviluppo in ambito medico delle prove di efficacia, delle linee guida, dei clinical audit, rappresentano tutti elementi della stessa concezione culturale che individua nella ricerca della Qualità l'elemento necessario ed indispensabile per un efficiente sviluppo della medicina in grado di garantire la salvaguardia della salute dell'utente.

L'organizzazione dello Studio secondo le Norme UNI EN ISO 9001:2000 diventa uno strumento in completa sintonia con l'evoluzione del settore sanitario e diventa non solo uno strumento di gestione dello Studio ma anche strategico per l'immagine e per garantire una Qualità che contraddistingue le prestazioni dei servizi erogati.

Tutto il personale di segreteria, infermieristico, medico e dedicato all'igiene viene coinvolto ad operare con la massima attenzione alla soddisfazione del Cliente.



fatti. Il Sistema Qualità che si crea modifica il comportamento direttamente percepito dal Cliente sui servizi offerti dallo Studio (Front Office) sia quello indirettamente valutato nel tempo dal Cliente attraverso tutta quella serie di piccoli ma importanti elementi che fidelizzano la sua fiducia nell'Organizzazione (e ciò grazie alle attività svolte nella gestione scientifico-sanitaria interna allo Studio).

Il risultato è quello di creare un ambiente motivato, in cui il personale viene ad operare con procedure e processi perfettamente in controllo, a tutto vantaggio non solo del cliente ma anche di ogni singola attività dello Studio.

Nell'attività di sviluppo del Sistema Qualità dello Studio va recepito che il lavoro che si sta svolgendo è qualche cosa di più che l'utilizzazione di protocolli appropriati.

Il Sistema Qualità della struttura svilup-

Il Cliente è il soggetto di tutto questo sforzo organizzativo.

Quali sono le aspettative espresse e latenti che hanno i nostri clienti sulle cure odontoiatriche e sul loro odontoiatra? Cosa desidererebbero dallo Studio presso il quale si fanno curare?

La risposta viene data proprio dal Sistema Qualità ed è l'affidabilità dello Studio, la precisione della documentazione scritta e delle informazioni ricevute (es. Consenso Informato), le spese che devono sostenere, la precisione con cui viene preventivato il piano di cura, il rispetto dei tempi di risoluzione del piano di cura, il rapporto costo-prestazioni.

Ecco quindi che affrontare e risolvere questi aspetti diventano un elemento competitivo importante per ogni studio che voglia veramente distinguersi e fidelizzare i propri utenti attraverso un buon lavoro di preparazione.

L'importanza che l'apparato dentario riveste per la persona ha spinto da molti anni gli odontoiatri - a fronte di una domanda in crescita di prestazioni sempre più qualificate - a specializzarsi in settori differenziati. Accanto agli Studi *monoprofessionali* sono cominciate a sorgere Studi com-

si momento dal debitore il pagamento del suo debito. Tuttavia può accadere, in qualche caso, che il paziente, nonostante lo specialista abbia richiesto la somma residua ben oltre il termine concordato, si rifiuti di onorare completamente i suoi impegni contestando l'operato del professionista.

tativo di vedersi corrispondere l'intero corrispettivo pattuito, potrà richiedere alla competente autorità giudiziaria l'emissione di un **decreto ingiuntivo** per l'ammontare delle sue spettanze.

In tal caso il paziente, se aveva addotto, a giustificazione del suo rifiuto a pagare, motivazioni pretestuose, difficilmente si opporrà al provvedimento monitorio, per cui il professionista otterrà il completo soddisfacimento del suo credito. Qualora, invece, non si possa escludere che le sue rimostranze abbiano qualche fondamento (vuoi per mancanza o incompletezza di un accordo sottoscritto, vuoi per la difficoltà che può incontrare lo specialista di dimostrare di aver chiaramente informato il paziente sui reali benefici delle cure, soprattutto se finalizzate più al conseguimento di risultati estetici che terapeutici ecc.), è preferibile addivenire ad un transazione stragiudiziale.

Un accordo, anche se riduce le aspettative *creditorie* del professionista, gli evita di correre il rischio, in caso di opposizione al decreto ingiuntivo da parte dell'intimato, di veder accolte le ragioni di controparte con un epilogo della vicenda giudiziaria parzialmente o interamente a sfavore dell'odontoiatra.

Il mancato pagamento della prestazione odontoiatrica da parte del paziente

di **RUGGERO PARIS**

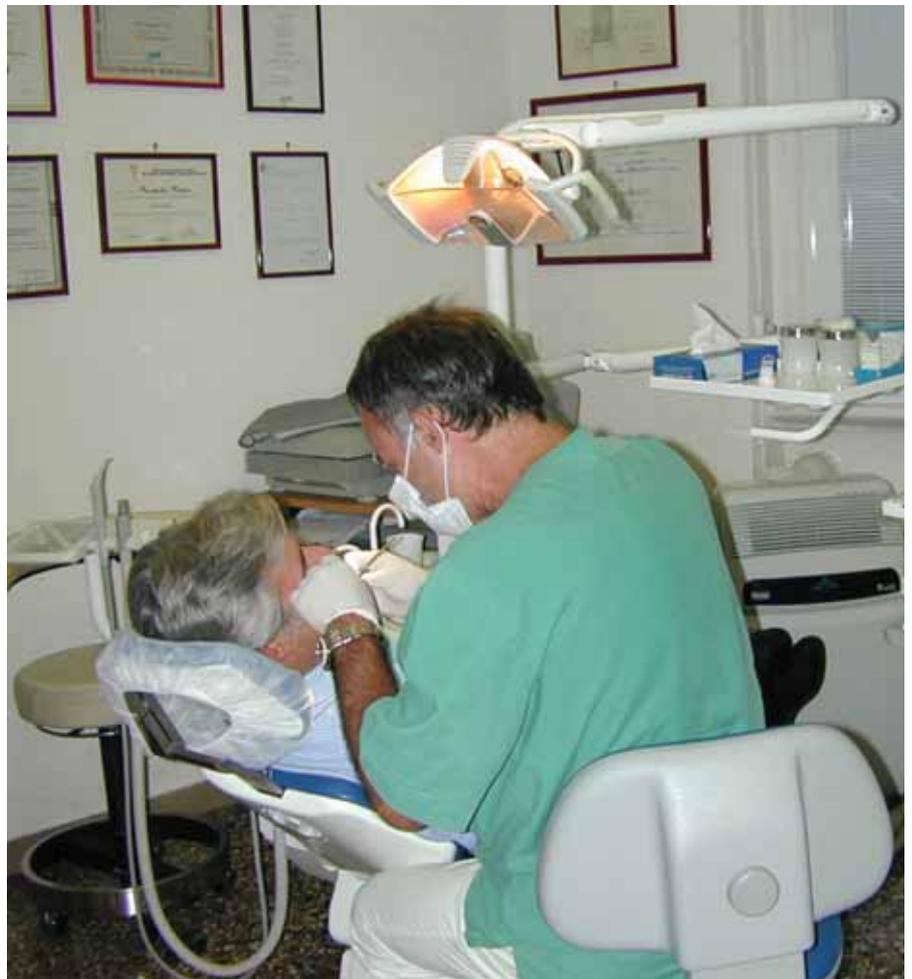
Esperto in problematiche etico-giuridico-sociali, docente ADeM di Diritto

preendenti figure diversificate di specialisti che riescono a fornire, nelle varie articolazioni della branca odontoiatrica, prestazioni in grado di soddisfare le richieste più esigenti.

Anche se i motivi che inducono il professionista ad organizzarsi autonomamente o ad esercitare la propria attività collaborando con un *Team* di colleghi, in cui ognuno eroga prestazioni circoscritte al proprio *campo d'azione*, possono essere i più disparati, il rapporto che s'instaura con il paziente/cliente non può sottrarsi alle disposizioni civilistiche che disciplinano la materia contrattuale. Quando il soggetto si rivolge all'odontoiatra che esercita l'attività in piena autonomia, tutte le obbligazioni nascenti dalle cure richieste faranno capo ovviamente a costui; quando ricorre, invece, ad uno Studio *pluriprofessionale*, porrà in essere tanti rapporti contrattuali quanti saranno i professionisti di cui intenderà avvalersi per l'effettuazione delle varie terapie. Poiché le modalità di pagamento delle prestazioni ricevute sono solitamente rimesse alla libera contrattazione delle parti, ove il paziente abbia concordato con l'odontoiatra di corrispondergli una parte della somma durante la cura, con saldo entro due mesi dalla fine della terapia, sarà obbligato ad estinguere la sua controprestazione nel momento in cui, ultimato il ciclo terapeutico e trascorsi sessanta giorni, gli verrà richiesto il saldo dell'onorario.

Si verifica, infatti, quell'ipotesi normativa la quale - scaduto il termine - attribuisce al creditore il diritto di esigere in qualsia-

Se l'odontoiatra ritiene di aver fornito la propria prestazione secondo le *leges artis* e nel pieno rispetto delle clausole contrattuali, risultato vano ogni bonario ten-



Alla base della funzione di "Front Office", ovvero di quella delicata situazione in cui si devono gestire rapporti individuali o collettivi esterni, vi è la predisposizione della segretaria ad essere positiva e disponibile verso i pazienti. Questa caratteristica si può apprendere, affinare e sviluppare.

- evitare di indisporre il paziente con un rifiuto netto, anche se giustificato
- instaurare subito un dialogo cordiale
- fare in modo di controllare e minimizzare il proprio stress
- lavorare con entusiasmo e passione
- aiutare il paziente
- aiutare i colleghi

- essere sempre positivi e ottimisti nel comportamento (salutare cordialmente tutti, parlare con un sorriso...)
- Un comportamento positivo è uno stile di vita, non si può applicare solo nel lavoro, perché si vivrebbe una dicotomia tra vita pubblica e vita privata, generando inevitabili frustrazioni. Ecco perché è importante essere positivi sempre e imparare a mediare ogni situazione per ridurre il proprio stress
- adottare una vita sana, un'alimentazione naturale e praticare sport o un minimo di hobbies, di distrazioni
- concedersi delle gratificazioni, premiandosi ogni tanto svolgendo attività piacevoli
- trascrivere su un foglio l'elenco delle ragioni per cui si ama il proprio lavoro

Di seguito è proposto un altro esercizio, che consiste nel cercare di modificare le frasi sottostanti in modo positivo:

La segretaria deve comunicare positività

di **LORIS LOMBRONI** e **ANTONIO PELLICIA**
Docenti ADeM di Risorse Umane



In caso contrario, anche chi possiede innati i migliori skill (capacità, abilità, competenze) fallirà nel comunicare la qualità della struttura.

Un atteggiamento positivo deve emanare fiducia, sicurezza, concretezza e scegliere, nei colloqui con i pazienti, messaggi di tipo "affermativo". È senz'altro meglio dire: "Come posso aiutarla, oggi che il dottore è molto impegnato?" piuttosto che "Il dottore non può risponderle, è occupato!". Quando siamo predisposti positivamente verso gli altri, anche gli altri lo sono con noi. La disposizione positiva è contagiosa. I pazienti si accorgono subito di questo atteggiamento della segretaria, dal tono e dall'inflessione della voce, dalla calma trasmessa, ... e si comportano conseguentemente.

Le regole da seguire per comunicare positività sono:

- far percepire un ambiente ottimale di lavoro. Esistono delle tecniche per predisporre in modo positivo verso gli interlocutori. Di seguito sono elencati alcuni esercizi utili per ottenere questo importante obiettivo:
- convincersi di essere positivi, sforzarsi di trovare dei lati positivi in ogni evento (anche una critica, se costruttiva, può essere utile e produrre esperienza)
- convincersi che la disposizione positiva produce immediatamente effetti vantaggiosi (rispetto, ascolto, stima, autorevolezza)
- individuare, nella propria esperienza e nelle proprie conoscenze, una persona che possieda una predisposizione positiva e cercare di imitarla (va bene anche un personaggio di un film o di un romanzo)

Negativo / Positivo

Non trovo le sue radiografie



.....

Lo studio è chiuso, richiami più tardi



.....

Il dottore non può risponderle



.....

Non c'è posto lunedì alle 16:00



.....

Non ci risulta un suo pagamento



.....

Non dipende da me, è un imprevisto



.....

Non si presenti più in ritardo



.....

Deve aspettare



.....

Non posso farle una copia adesso



.....

Nell'ultima negazione è utilizzata la parola "posso". Il verbo "potere" può diventare invece una chiave di apertura verso una grande positività. Dobbiamo allora utilizzare la parola "posso" in modo positivo, ad esempio:

- posso provare a chiedere al dottore se può riceverla prima ...
- posso cercare di verificare meglio in agenda se c'è posto
- posso sicuramente aiutarla se lei riesce a venire entro le 13:00
- ...

Il **tono della voce** è un altro indice della qualità della comunicazione.

I pazienti prestano moltissima attenzione a questo particolare, spesso sottovalutando perfino il contenuto di ciò che si sta dicendo o interpretando il significato delle parole da come vengono dette.

"La modalità di comunicazione induce acquiescenza o negatività". La capacità di saper dialogare con gli altri dipende da come sappiamo attivare le loro emozioni,

a questo contribuisce decisamente il tono della voce, unito alla scelta delle parole. Le regole principali da adottare possono essere:

- accentuare le "parole chiave" della comunicazione
- adottare delle pause specifiche
- inspirare profondamente prima di rispondere ed espirare lentamente mentre si risponde
- controllare le emozioni imparando ad "osservarsi dal di fuori"
- concentrarsi sul paziente ed osservarlo attentamente. Solo così sarà possibile stabilire un contatto diretto che egli percepirà immediatamente. Ciò aiuterà ad andare subito all'argomento più importante della conversazione.
- nei momenti di tensione o nervosismo cercare di pensare a qualcosa di piacevole, che possa migliorare il proprio stato emotivo
- tenere in mente il modello di comportamento che si è scelto come esempio di positività.



Corsi **ADeM** regionali e partecipazione ai congressi:

Questo calendario verrà costantemente aggiornato ed arricchito.

Per informazioni contattare la Segreteria Nazionale ADeM

Tel. 02 2046983, Fax 02 29526207, E-mail info@adem.org, Sito Web www.adem.org

CENACOLO BRIANTEO - SEZIONE DEL MILANESE

5 giugno 2003 / **Relatore:** *Claudio Palermo*
Titolo: "La sicurezza nello Studio Odontoiatrico"

26 giugno 2003 / **Relatore:** *Carla Frigieri*
Titolo: "La gestione fiscale dello Studio"

18 settembre 2003 / **Relatore:** *Antonio Pelliccia*
Titolo: "La motivazione del paziente"

9 ottobre 2003 / **Relatore:** *Emilio Bruschi*
Titolo: "I costi dello Studio dentistico"

13 novembre 2003 / **Relatore:** *Antonio Pelliccia*
Titolo: "La presentazione, discussione ed accettazione del preventivo di importo elevato"

CENACOLO MEDITERRANEO

4 ottobre 2003 / **Relatore:** *Antonio Pelliccia*
Titolo: "La presentazione, discussione ed accettazione del preventivo di importo elevato"

CENACOLO SALENTINO

16-17 gennaio 2004 / **Relatore:** *Claudio Palermo, Giorgio Traversa, Antonio Pelliccia*
Titolo: "Il Management migliora la Qualità Clinica?"

CONGRESSO INTERNAZIONALE SIDO (Società Italiana di Ortodonzia)

2 ottobre 2003 / **Relatore:** *Antonio Pelliccia*
Titolo: "La qualità gestionale migliora la qualità clinica?"

CENACOLO CAMPANO

13 dicembre 2003 / **Relatore:** *Antonio Pelliccia, Claudio Palermo*
Titolo: "20 + 2 nuove regole del Management Odontoiatrico"

La Carta Soci ADeM ed i Servizi

di MARIA ANNA MAZZUKA
Odontoiatra, libero professionista



ADeM®

A chi si rivolge la Carta Soci ADeM

1. Odontoiatri titolari di studio.
2. Personale dipendente.
(assistenti, segretarie, igieniste dentali).
3. Collaboratori medici.
4. Igieniste dentali.

ADeM srl

Via Ludovico Settala, 61
20124 MILANO
Tel 02 2046983, Fax 02 29526207
E-mail info@adem.org
Sito Web www.adem.org





Quali sono i servizi della Carta Soci ADeM

Alcuni servizi sono compresi nel costo della carta, altri prevedono tariffe vantaggiose con riduzione dei costi dal 5 al 20% sui prezzi.

1. Scegliere **gratuitamente** 3 corsi tra i numerosi proposti (vedi pagina... di questo numero di Mediamix) ed acquisire i crediti formativi ECM previsti dai corsi prescelti.
2. far parte **gratuitamente** di un elenco di utenti (forum) all'interno del quale cercare ed offrire: collaborazioni e consulenze, vendere o acquistare tecnologie e attrezzature, condividere esperienze cliniche, ricercare personale, vendere o acquistare uno studio.
3. **Sconto** del 5% per certificare lo studio (Certident; ISO-VISION).
4. **Sconto** del 5% per accreditare lo studio per stipulare convenzioni private.
5. **Sconto** del 10% per richiedere tutta la contrattualistica per le convenzioni degli studi accreditati.
6. **Sconto** del 5% per effettuare una consulenza gestionale di Management per migliorare l'organizzazione dello Studio, delle attività cliniche ed economiche.
7. Sconto del 5% per effettuare una consulenza di Marketing per implementare e mantenere la quantità e la qualità dei pazienti.
8. Ricevere **gratuitamente** la rivista Mediamix.
9. Essere iscritti **gratuitamente** alla mailing list di ADeM che informa via e-mail su tutte le novità giuridiche, scadenze fiscali e strategie di marketing odontoiatrico.
10. **Sconto** del 10% per acquistare i prodotti ARIANTO per la gestione manageriale dello Studio: "Book di Studio" (Carta dei Servizi); "Libretto di Mantenimento della Terapia" (da consegnare ai pazienti); "Schede di Management" (testo integrale del Management odontoiatrico); "Schede della Sicurezza" (la 626 esaustiva nei dettagli in modo pratico e semplice); "Cartelle Cliniche Visive" (il software per la comunicazione visiva verso i pazienti e per

la presentazione dei preventivi. Contiene il "Piano Terapeutico Contabile"; il software si "Analisi Economica" (con il quale è possibile diagnosticare la gestione economica dello Studio; il "CD Pocket della Segreteria" (l'utile testo per la gestione della segreteria). In oltre sono in prossima produzione: "La programmazione fiscale" (il testo per pianificare e controllare anche gli studi di settore); "Schede per l'accreditamento" (contenenti le tavole per definire il proprio livello di gestione e confrontarlo con i requisiti richiesti per l'accreditamento. Fondamentale per chi vuole accreditarsi e stipulare successivamente convenzioni private);

"I contratti in odontoiatria" (utile manuale per regolamentare tutti i rapporti interni ed esterni all'attività odontoiatrica); "Come selezionare il personale" (manuale per la ricerca e la formazione del personale di Studio); "La gestione della contabilità" (dalla "prima nota" alla "partita doppia"); "Le Società di Capitali in Odontoiatria" (testo integrale sulle Srl comprendente statuti omologati, norme codicistiche e pareri legali, limiti ed opportunità gestionali e di marketing, funzionamento dell'organo amministrativo e ripartizione degli utili tra i soci); "Il Marketing e la pubblicità" (testo comprensivo di norme dalla pubblicità ammessa alla multimedialità ed Internet).

11. Partecipare gratuitamente al congresso annuale di Management odontoiatrico che nel 2004 si terrà a Roma e nel 2005 a Milano.
12. Sconti dal 5 al 20% su alcuni beni prodotti o distribuiti dalle Aziende dentali partner di ADeM (l'elenco è disponibile su richiesta alla Segreteria Nazionale ADeM).



PER INFORMAZIONI:

ADeM® SRL

Via Ludovico Settala, 61 - 20124 MILANO - Tel. 02 2046983 - Fax 02 29526207
E-mail info@adem.org Sito WEB www.adem.org



Corso di Gestione Manageriale per la Professione Medica

a cura della redazione di **MEDIAMIX**

Il Dipartimento di Studi sull'Impresa dell'Università di Roma "Tor Vergata" ha attivato, presso la facoltà di Economia, il corso di Gestione Manageriale per la Professione Medica.

Il corso si propone di fornire un quadro completo dei più significativi fattori e delle dinamiche che influenzano la gestione della libera professione medica.

Costituisce obiettivo centrale del corso la comprensione delle più rilevanti metodologie che caratterizzano il management medico ed anche quindi odontoiatrico. Più specificatamente, è finalità principale promuovere il trasferimento, a favore degli esercenti la libera professione medica, di tutte quelle conoscenze relative alla gestione pratica (ma nel contempo strategica) di aspetti quali la dimensione organizzativa, il controllo economico e finanziario, la comunicazione dialogica tra medico, team e paziente. Nell'ambito del corso sarà fatto ampio ricorso a case-study, al fine di integrare le riflessioni esposte con evidenze empiriche. Verranno rilasciati un attestato di partecipazione ed i Crediti ECM.

Nella parte metodologica del programma, in particolare nella **prima giornata, 17 ottobre 2003**, saranno affrontati i concetti generali del management medico. La gestione e l'organizzazione della libera professione. L'economia e la natura del servizio odontoiatrico.

Normativa vigente e rapporto con ASL. Le fasi della vita aziendale dello studio professionale: *istituzionale*, di *funzionamento* e *terminale*.

E **FASE ISTITUZIONALE:**
Le scelte fondamentali. I rapporti libera professione - ambiente e incertezza: il rischio di impresa. Come realizzare la crescita.

E **FASE DI FUNZIONAMENTO:**
Il finanziamento della libera professione: capitale di rischio e capitale di credito. Criteri di scelta della forma di finanziamento.

L'acquisizione dei fattori produttivi: la logistica dello studio. Caratteristiche degli impianti tecnologici. Pianificazione degli investimenti. Le condizioni di equilibrio, economico e finanziario, della libera professione medica. L'economicità: efficacia ed efficienza. Cenni su elementi di strate-

gia e politica aziendale. Principi generali di organizzazione aziendale. Le diverse forme di aggregazione tra liberi professionisti nel settore medico. Studi monoprofessionali o associati.

Il sistema degli "studi medici familiari": caratteristiche principali e requisiti di successo.

E **FASE CONCLUSIVA:**
Cessazione dell'attività. Vendita, Valutazione.

I concetti di management medico per quanto concerne invece l'analisi finanziaria e la contabilità dei costi verrà affrontata il giorno successivo, nella **seconda giornata, 18 ottobre 2003**.

Il programma di questa giornata infatti prevede l'**Analisi e contabilità dei costi**.

Il concetto ed il processo di formazione dei costi della libera professione medica. Le finalità del calcolo dei costi. Gli oggetti di riferimento del calcolo dei costi.

Costi speciali e comuni. Le configurazioni di costo. I costi standard. Le analisi costi - volumi - risultati. La break even analysis di uno studio libero professionale. Le basi di riferimento nella determinazione del prezzo della prestazione. Case study.

Nella stessa giornata, nel pomeriggio, sarà trattato l'importantissimo tema dell'**Analisi finanziaria**.

Il fabbisogno di finanziamento e le fonti di finanziamento dello studio medico.

I fondamenti della valutazione del flusso di cassa. L'equilibrio monetario e la capacità di reddito. L'autofinanziamento e la capacità di reddito. L'analisi del rischio.

La stima del costo del capitale.

La pianificazione finanziaria.

La **terza giornata** di corso si svolgerà il

messe successivo, il **7 novembre 2003**, con i Concetti di management medico fornendo le informazioni sulla gestione.

In questa utilissima giornata, impostata in modo pratico per i partecipanti, saranno affrontati tutti gli argomenti per rendere possibile la rappresentazione contabile delle operazioni svolte.

La determinazione del reddito di esercizio e del patrimonio. Il bilancio: aspetti civilistici e fiscali. Organizzazione e gestione dell'amministrazione.

Le informazioni sulla gestione destinate all'interno: il controllo di gestione.

L'**ultimo giorno, 18 novembre 2003**, si parlerà di concetti di Marketing e di gestione della qualità della libera professione medica.

Il Marketing deontologico.

La pubblicità sanitaria concessa. I prodotti tangibili della comunicazione: cartella clinica visiva, carta dei servizi dello studio, piano terapeutico e contabile, libretto di mantenimento della terapia.

La gestione della qualità: il TQM (Total Quality Management). Cenni.

La gestione delle risorse umane.

La gestione della motivazione. La motivazione del team odontoiatrico. La gestione della leadership. Le coppie dialogiche: medico - personale - pazienti. La formulazione corretta delle domande e la loro interpretazione. La prevenzione.

La collaborazione. Motivazione di un paziente. La comunicazione verbale e paraverbale, diretta e indiretta.

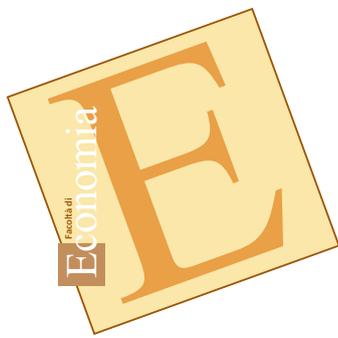
FINALITÀ

Il Corso intende promuovere il trasferimento di conoscenze relative alla gestione degli aspetti economico e finanziario dell'attività medica ed anche odontoiatrica e a far acquisire una competenza comunicativa che permetta all'odontoiatra di apprendere un metodo adeguato alle differenti situazioni ed ai molteplici contesti dell'interazione, che scaturiscono dallo svolgimento dell'attività.

Obiettivi principali del corso sono, quindi:

- l'analisi dei costi, del profitto e del rischio di impresa dell'attività odontoiatrica;
- il trasferimento di conoscenze relative alla gestione strategica ed organizzativa dell'attività odontoiatrica;
- la gestione strategica delle risorse umane e l'analisi delle esigenze del cliente.



**RELATORI CORSO****DURATA**

Il Corso, che ha un numero limitato di posti ed è composto da due differenti moduli, si svolgerà in quattro differenti giornate:

- venerdì 17 e sabato 18 ottobre 2003;
- venerdì 7 e sabato 8 novembre 2003.

Le Lezioni si svolgeranno con la seguente cadenza:

- venerdì ore 9.00÷13.00; 14.00÷18.00;
- sabato ore 9.00÷13.00.

REQUISITI DI AMMISSIONE

Sono ammessi al Corso i Laureati in Medicina, gli Specializzati in Odontoiatria, i Laureati in Odontoiatria, i Direttori Sanitari di Strutture Odontoiatriche, le Igiene Dentali dotate di titoli equipollenti (Diplomi Universitari). Ogni medico iscritto potrà essere accompagnato dal personale della propria segreteria o da chi svolge tale ruolo.

SEDE

Le lezioni si terranno presso il Dipartimento di Studi sull'Impresa della Facoltà di Economia dell'Università di Roma "Tor Vergata".

DOMANDA DI PRESCRIZIONE E DI ISCRIZIONE

Gli aspiranti possono far pervenire la domanda in carta semplice (via fax al numero 06 233221037, via e-mail all'indirizzo info@arianto.it) entro il 28 settembre, indirizzata al Dipartimento Studi sull'Impresa, Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", contenente l'indicazione dei dati anagrafici (generalità, nascita, residenza, numero di telefono, partita iva o codice fiscale, indirizzo, ragione sociale, e-mail ed eventuale numero di fax) e l'attestazione, sotto la propria responsabilità, del titolo di studio posseduto. I candidati verranno iscritti secondo l'ordine di arrivo delle domande, fino al raggiungimento dei posti disponibili.

INFORMAZIONI

Eventuali informazioni potranno essere richieste esclusivamente via fax - al numero 06 233 221 037 - o tramite mail all'indirizzo info@arianto.it

Antonio Pelliccia

Economista. Consulente di direzione per le strategie di impresa e per la gestione strategica delle risorse umane. Con l'Associazione Nazionale Industriali ANIMA ha redatto la rubrica di Marketing sul loro stesso organo ufficiale di stampa. Consulente e Manager di aziende e multinazionali della comunicazione, dell'area farmaceutica e medica. Scrive sulle principali riviste di odontoiatria. Autore e relatore dei corsi sul Management odontoiatrico e sull'ottimizzazione dei costi e dei profitti dell'attività gestionale degli studi. Ha pubblicato sulle riviste specializzate: "DoctorOS, Dental Cadmos", "Italian Dental Economist" più di sessanta articoli complessivamente, oltre ad aver collaborato con altre diverse testate, sempre dell'area odontoiatrica. Autore del testo "Schede Pratiche di Management Odontoiatrico." www.arianto.it da Arianto Srl e del testo "Management Odontoiatrico" edito da Acme-Promoden. Ha collaborato al testo "Gestione della professione Odontoiatrica" a cura del Prof. C. Guastamacchia edito da Masson. Consulente sulle soluzioni operative della corretta gestione manageriale dell'attività odontoiatrica e del team. Docente al Master di Gestione della Professione Odontoiatrica presso l'Università di Brescia. Docente per le lezioni di formazione sul Management Odontoiatrico presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore Agostino Gemelli in Roma. Docente al corso di "Gestione della professione medica" presso l'Università di Roma "Tor Vergata" Facoltà di Economia e Commercio Istituto di Economia Aziendale Studi sull'Impresa. Contributor editor per la rivista internazionale di visual communication "Mix". Direttore responsabile del periodico di gestione della professione odontoiatrica "Mediamix". Esperto nella costruzione dei protocolli organizzativi sul rendimento operativo aziendale e professionale. Da anni studia i principi alla base della corretta comunicazione dialogica tra team medico e pazienti. Consulente per la certificazione di Qualità ISO-Vision. Già Economo per il Commissariato del Governo nella Regione Lombardia (Presidenza del Consiglio dei Ministri). Ha tenuto più di 190 corsi sui temi del "Management sanitario" dal 1996 al 2003 anche attraverso una frequente partecipazione nei Congressi cui è stato invitato come relatore o presso diverse organizzazioni. Relatore e responsabile nei corsi ECM con la Casa Editrice Arianto Edizioni Mediche. Ha pubblicato con "Il Sole 24 Ore" sulla gestione economica dei costi degli studi medici. È docente ADEm.

Alberto Frau

Alberto Frau è dottorando di ricerca in Economia e gestione delle aziende e delle Amministrazioni pubbliche presso la facoltà di Economia dell'Università "Tor Vergata" di Roma. Nella stessa facoltà collabora, presso il Dipartimento di Studi sull'impresa, con le Cattedre di Economia Aziendale e di Ragioneria generale ed applicata. È titolare di un contributo per l'attività di ricerca e studio relativo all'insegnamento di Economia Aziendale, presso la facoltà di Economia della Libera Università Internazionale degli Studi Sociali "L.U.I.S.S. Guido Carli" di Roma. Nella stessa facoltà collabora, dal 1998, con la cattedra di Economia Aziendale. Svolge, dal 1994, attività di consulenza nell'ambito dell'intermediazione finanziaria e creditizia.

Ruggero Paris

Laureato in Scienze dell'Educazione e in Giurisprudenza presso l'Università degli Studi di Roma La Sapienza, già Assistente Volontario presso l'Istituto di Filosofia della Facoltà di Magistero, è stato insignito del titolo di Cavaliere della Repubblica Italiana. Estensore del saggio Significato e origine del linguaggio ha svolto, quale Esperto in Documentazione, complesse attività di studio nel settore giuridico, curando anche gli aspetti del contenzioso concernenti il diritto amministrativo e il diritto civile sostanziale e processuale. È autore della monografia "Le controversie di lavoro dei dipendenti pubblici contrattualizzati", nonché di recenti pubblicazioni giuridico-sanitarie con particolare riguardo ai profili etico-normativi ed a quelli afferenti al trattamento medico-chirurgico, con i consequenziali risvolti di carattere penale e civile (colpa medica, colpa professionale, consenso, responsabilità...).

Claudio Palermo

Ingegnere Elettronico, si occupa dal 1976 di Software nel settore ODONTOIATRICO. Dal 1984 al 1990 ha promosso, per conto dell'ASSILS, l'Associazione per l'Assistenza Sanitaria Integrativa ai Lavoratori della Sip, lo sviluppo del più grosso progetto privato di preventiva e curativa odontoiatrica mai attuato in ITALIA, curandone personalmente tutti gli aspetti organizzativi, operativi e scientifici acquisendo così una notevole esperienza nella creazione e gestione di banche dati scientifiche. Nel 1992 ha partecipato al XII Congresso nazionale della SIDO (Società Italiana di Ortodonzia) con la relazione dal titolo MANAGEMENT e TELEMATICA: quale sanità nell'anno 2000? Dal 1985 è titolare della società Gruppo REM sas di Milano che offre consulenza specifica per la gestione di strutture sanitarie in ambito odontoiatrico con particolare attenzione agli aspetti manageriali dell'impresa "studio dentistico". Nel 1995, con l'apertura della divisione SICUREZZA, l'attenzione si è rivolta anche agli aspetti relativi alla sicurezza dei luoghi di lavoro con particolare competenza sugli impianti e macchine (elettronici) nel settore sanitario. È socio ALIAS (Associazione Italiana Addetti alla Sicurezza) e socio UNI. È stato relatore a numerosi congressi nazionali oltre ad occuparsi dell'organizzazione di corsi di aggiornamento per medici, odontotecnici e personale ausiliario. È fondatore e direttore editoriale operativo della prima rivista italiana di Management: Italian DENTAL Economist - MASSON. È redattore della rivista "Implantologia Orale" UTET e autore di numerose pubblicazioni ad interesse tecnico-normativo nel settore odontoiatrico e odontotecnico. Dal 1996 si occupa anche di QUALITÀ nel settore sanitario, in particolare per i laboratori odontotecnici e gli studi dentistici. Nel 1998 ha partecipato, in sede Ministeriale, al tavolo di lavoro aperto presso il Ministero della Sanità sull'applicazione della direttiva 93/42/CEE nel settore odontoiatrico/odontotecnico. Nel 2000 è chiamato da UNI alla stesura delle "Linee guida per l'applicazione delle norme ISO 9001-9002 nelle Strutture Odontoiatriche".

I prodotti del management odontoiatrico sulla "QUALITÀ PERCEPITA" per il successo professionale

Concept

ADeM®

Academy for Developing evidence Management

vendita

ARIANTO s.r.l.

Effettuare bonifico bancario intestato ad: ARIANTO s.r.l.
c/c 100894/60 - ABI 03069 - CAB 05062
Banca Intesa BCI Ambroveneto - Fil. 491
Spedire la ricevuta del pagamento via fax al numero
02 95441174 / 02 700506796
riportando i Vostri dati fiscali e la causale del pagamento.



Sconto del 10% ai titolari della
Carta dei Soci ADeM

Formazione: Schede

Testi implementabili per la gestione dello studio



➤ **Le Schede di Management** 614 pagine raccolte in un raccoglitore ad anelli. Come aumentare e mantenere il successo professionale, formare il personale e rendere percepibile la qualità ai pazienti migliorando il valore economico/finanziario dello studio. Dalla sala d'attesa alla gestione dei riuniti, dalla prima visita alla discussione del preventivo, ai richiami periodici. Raccolta di progetti già realizzati, con esempi pratici personalizzabili. **€ 181,00 (IVA inclusa)**

Formazione: Marketing *Prodotti personalizzati costruiti con esigenze specifiche dello studio*



➤ **Book di Studio** CD personalizzato con le vostre fotografie, contenente 18 pagine che illustrano ai pazienti i servizi dello studio, le diverse specialità praticate, l'importanza dell'igiene e dei controlli periodici, una panoramica sulle persone che vi operano, la sicurezza della sterilizzazione, come fissare gli appuntamenti (orari, disdette) e le modalità di pagamento. Viene consegnato ai pazienti come "Carta dei Servizi" in sala d'attesa dalla segreteria e ritirato prima dell'accesso alle sale operative. È molto gradito dai pazienti che possono comprendere anche il significato della Parodontologia, della Gnatologia, dell'Ortodonzia, dell'Implantologia... Il Book dello studio rappresenta oggi un must della Comunicazione fra il Team ed i pazienti ed è il principale strumento di Marketing Odontoiatrico. Presentato in precedenza dalla ADeM srl nei suoi Corsi, oggi è attivo in moltissimi studi odontoiatrici. Fornendo le foto alla ADeM srl riceverete il CD personalizzato. **€ 620,00 + IVA (20%)**

➤ **Libretto di mantenimento della Terapia** CD contenente 8 pagine a colori personalizzabili con vostre foto che dovranno essere fornite alla ADeM srl. Viene consegnato a tutti i pazienti in cura e contiene le informazioni sull'igiene domiciliare, professionale e sulla prevenzione (visite, controlli,...). Nell'ultima pagina sono indicati gli appuntamenti di igiene dopo trattamento odontoiatrico. Gradito motiva i pazienti come percezione della Qualità. **€ 310,00 + IVA (20%)**



Formazione: Gestione

Gestione economica, gestione del personale e dei pazienti



➤ **Pocket della Segretaria dello studio odontoiatrico** Il Pocket, per la sua semplicità, sebbene tratti argomenti di rilevanza quotidiana, vuole essere un manuale di utilizzo pratico e di suggerimenti concreti per svolgere al meglio i compiti e sviluppare competenze. Il CD, completo di 140 pagine, contiene test, suggerimenti e schede per migliorare la capacità e l'operatività delle segretarie degli studi odontoiatrici. Ogni pagina del CD può essere stampata in studio. **€ 39,00 + IVA (20%)**

➤ **Software per Cartelle cliniche visive e Piano Terapeutico Contabile** CD per costruire le Cartelle cliniche, realizzate per singole branche, che possono essere stampate dal vostro computer e consegnate ai pazienti già dal primo appuntamento dopo la compilazione. Spiegazione della terapia con immagini che possono essere inserite in qualsiasi formato. Strumento di altissimo Valore Aggiunto per la percezione della Qualità. Con la gestione dei Consensi Informati Visivi per permettere ai pazienti di essere sempre partecipi e motivati. Possibilità di inserimento della Legge 93/42. Personalizzabile su ogni paziente direttamente in studio. Contiene il piano terapeutico contabile. **€ 310,00 + IVA (20%)**

➤ **Questionari della qualità percepita** CD contenente 8 diversi questionari (totale 24 pagine) per la percezione della qualità clinica e dell'organizzazione. Il questionario può essere distribuito ai vecchi ed ai nuovi pazienti per incentivare la collaborazione ed implementarne la partecipazione. Attraverso le domande si informano i pazienti e si ricevono notizie fondamentali per la motivazione della terapia. Ottimo per la gestione del Consenso Informato. **€ 259,00 + IVA (20%)**

➤ **Corso Pratico di Gestione dell'Agenda** CD con 130 diapositive e note esplicative di Agenda personalizzabile per l'ottimizzazione degli appuntamenti e per la gestione delle scadenze. Il metodo ha l'obiettivo di ottimizzare i tempi, le operazioni di controllo ed archiviare le informazioni. Contiene le schede per la comunicazione ai pazienti che ritardano i pagamenti, che non sono puntuali o che non seguono correttamente il piano terapeutico stabilito. **€ 310,00 + IVA (20%)**



ADeM SRL

Via Ludovico Settala, 61 - 20124 MILANO - Tel. 02 2046983 - Fax 02 29526207 - E.mail info@adem.org - Sito WEB www.adem.org